

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

RANIÊ SOLAREVISKY DE JESUS

**COMUNICAÇÃO E ESPAÇO:**

Uma análise do lugar da noção de Jogo usando o caso do Foursquare

Goiânia  
2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

RANIÊ SOLAREVISKY DE JESUS

**COMUNICAÇÃO E ESPAÇO:**

Uma análise do lugar da noção de Jogo usando o caso do Foursquare

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Linha de Pesquisa: Mídia e Cultura

Orientador: Prof. Dr. Daniel Christino

Goiânia  
2014

Ficha catalográfica elaborada  
automaticamente com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Solarevisky de Jesus, Raniê

Comunicação e Espaço: Uma análise do lugar da noção de Jogo no caso do Foursquare [manuscrito] / Raniê Solarevisky de Jesus. - 2014.

MMXIV, 2014 f.: il.

Orientador: Prof. Daniel Christino.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) , Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Goiânia, 2014.

Bibliografia.

1. Comunicação. 2. Espaço. 3. Jogo. 4. Mídias Locativas. 5. Foursquare. I. Christino, Daniel, orient. II. Título.

RANIÊ SOLAREVISKY DE JESUS

**COMUNICAÇÃO E ESPAÇO:**

Uma análise do lugar da noção de Jogo usando o caso do Foursquare

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (Linha Mídia e Cultura), como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação, aprovada em \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ pela Banca Examinadora constituída pelo seguintes professores:

---

Prof. Dr. Daniel Christino (Orientador)

---

Prof. Dr. Cleomar de Souza Rocha

---

Prof. Dr. Goiamérico Felício Carneiro dos Santos

*A meus pais. Embora eles mereçam coisa bem melhor.*

## **AGRADECIMENTOS**

Esse trabalho é apenas uma partícula, um pedaço minúsculo de um projeto bem maior. Um projeto de uma vida inteira. Poucas linhas que, com perseverança (e esperança), possam somar-se a um livro que meus dois arquitetos consigam ler com gosto.

Muito obrigado, papai e mamãe.

Meus irmãos são parte de mim, e sei que a parte que lhes cabe nisso é muito maior do que consigo descrever em linhas – e muito maior do que eles imaginam. Obrigado por existirem.

Por último, preciso ao menos registrar meu respeito e admiração pelo meu orientador, Prof. Daniel Christino, que contribuiu com referências-chave para essa pesquisa e conseguiu ser árvore no meu caminho.

Da mesma forma, meu chefe durante a maior parte desse período, Prof. Leonardo Barra, foi sempre bastante compreensivo quando precisei e um amigo sem que eu precisasse pedir e, por isso, meu muito obrigado a ele e todos no CIAR com quem dividi atribuições.

*I found them in here, like flowers in a wasteland. Profoundly naive; unimaginably wise. They were spectacular. Everything I'd hope to find in the system; control, order, perfection. None of it meant a thing. Been living in a hall of mirrors. The ISOs shattered it, the possibilities of their root code, their digital DNA. Disease? History! Science, philosophy, every idea man has ever had about the Universe up for grabs. Biodigital jazz, man. The ISOs, they were going to be my gift to the world.*

Kevin Flynn

## RESUMO

Ao abrigar inúmeros conceitos, o campo da comunicação fica sem nenhum que possa representá-lo frente a outras áreas. Na busca de caminhos para tratar de pesquisas inseridas no campo da comunicação, a perspectiva de Vilém Flusser vem ganhando cada vez mais notoriedade. Suas reflexões em torno da intrincada relação entre Comunicação e Espaço parecem alinhadas com a grande expansão no uso de mídias locativas. Paralelo a esse processo, encontra-se a noção de que o homem contemporâneo, mais do que os de outrora, encontra-se inebriado pelo jogo – que assumiu novas formas mediáticas na figura dos videogames. E redes sociais como o *Foursquare* parecem reunir características que expõe exatamente o encontro desses dois movimentos. Neste trabalho, exploramos os conceitos de Comunicação, Espaço e Jogo utilizando os contratos de Flusser como linhas para unir retalhos, formando um tecido (que esperamos que seja) coerente. As reflexões são ilustradas pelo exemplo da rede social baseada em geolocalização *Foursquare*, cujos usos potenciais servem como o objeto de nossas análises. Nossas observações finais permitem-nos classificar o *Foursquare* como um jogo, reafirmar a natureza lúdica do homem de nosso tempo – que lida com softwares o tempo todo –, e atestar a capacidade humana de compor espaços sem que eles precisem ser concretos: o vivido, o percebido e o concebido podem ser construídos e mapeados pelo uso das mídias locativas tal qual fazíamos com instrumentos antigos, com a diferença de que referências compartilhadas e outras características expandem a realidade que toma forma em nossos mapas mentais – alterando essa atividade de mapeamento. Além disso, a investigação conduziu-nos a numerosas interrogações que apontam para outras temáticas subexploradas na pesquisa em Comunicação e na academia brasileira, sobretudo em relação aos videogames e suas sensações particulares, aos novos caminhos da memória, e outras questões mais singulares.

**Palavras-chave:** Comunicação, Espaço, Jogo, Mídias Locativas, Flusser, Foursquare.



## Sumário

Introdução .....	10
Capítulo 1 – Conceitos .....	12
1 - Comunicação .....	12
In-formação e o processo comunicativo .....	21
Sobre Cultura e Comunicação .....	27
Contribuições da “Escola Canadense” .....	32
A Escalada da Abstração e as Imagens Técnicas .....	40
Pós-história e os "não-objetos" .....	56
2 - Espaço .....	68
Mapas, Local e Global.....	75
Ciberspaço, mídias locativas e mobilidade .....	79
3 - Jogo.....	88
Comunicação e Jogo.....	88
Videogames e experiências espaciais .....	94
Jogos móveis locativos e Contemporaneidade .....	101
Capítulo 2 - Metodologia.....	105
Capítulo 3 - Análises .....	108
Contextualização e classificações.....	108
Check-in .....	112
Gaming: Pontos, Rankings, Medalhas, Prefeituras .....	124
Sociabilidade: Troca de texto e imagem geolocalizados .....	138
Dicas com Geofencing .....	143
Aplicativos vinculados e lugares desconectados.....	151
Conclusões .....	157
REFERÊNCIAS .....	162
REFERÊNCIAS A SOFTWARES.....	176
Jogos de Videogame .....	176
Aplicativos e Jogos Móveis (várias versões).....	177

## Introdução

Tida como uma ciência jovem, cujos horizontes ora parecem alargar-se em direção ao infinito, ora fechados em múltiplos escopos extremamente específicos, a Comunicação ainda configura-se como um campo em formação. Martino (2007) e Braga (2008) estão entre os nomes que reconhecem esse dado e, a despeito de pontos divergentes em seus textos, apresentam perspectivas que servem como caminhos para as pesquisas na área. Assim, considerando a necessidade imperativa de se refletir sobre o objeto “Comunicação” (MARTINO, 2007) é que se apresenta a seguir, de forma breve, o substrato teórico sobre o qual se assenta uma pesquisa de mestrado.

O estudo tem como objeto a relação entre comunicação e espaço em nossos dias, vista a partir do uso de novas plataformas de interação e comunicação – sobretudo nas chamadas “mídias locativas” – cuja base de funcionamento, em termos literais, está no uso de um *software* (programa). Uma rápida observação dos aplicativos que fazem uso da geolocalização permite-nos encontrar, em boa parte deles, características como a atribuição de pontuações, a oferta de recompensas pela realização de determinadas tarefas, e outras características próprias a um jogo. Este texto comporá uma dissertação de mestrado cuja questão problema é: *Qual a natureza da relação entre comunicação e espaço na contemporaneidade, vista a partir de plataformas de interação baseadas em softwares de geolocalização? E qual o lugar da noção de jogo nessa relação?*

O trabalho pretende utilizar os escritos do filósofo tcheco Vilém Flusser, que se debruçou sobre o conceito de comunicação em diversas passagens de sua vasta produção – composta de artigos, ensaios, livros e textos avulsos e inacabados – e sugeriu até mesmo a criação de uma ciência denominada “Comunicologia” (FELINTO e SANTAELLA, 2012; HANKE, 2004). Ao longo do texto, procuramos relacionar parte de sua produção a algumas das principais teorias ligadas aos conceitos-chave que balizam essa pesquisa. O intento não é tão somente o de tecer comparações vãs, mas demonstrar como a perspectiva de Flusser pode ser um bom caminho para entender o fenômeno em estudo e apresentar os pontos de sustentação da análise que se irá fazer.

Procede-se aqui, portanto, a uma apresentação dos conceitos e teorias-guia da análise

que será realizada em seguida. A análise tem como objeto empírico o aplicativo/jogo/rede social móvel Foursquare, que pretendemos apresentar como exemplo das articulações que faremos no primeiro capítulo. Sob a forma de um estudo de caso, pretende-se iluminar evidências que nos ajudem a refletir sobre a questão-problema.

A fim de deixar a leitura mais fácil e bem orientada, serão apresentados, inicialmente, três conceitos-chave que compõem esta pesquisa: Comunicação, Espaço e Jogo. Trataremos deles a seguir, com uma ênfase maior no primeiro – cuja discussão envolve os outros dois –, e utilizando os construtos de Flusser como um fio usado para juntar os retalhos da colcha. É importante ressaltar que a exploração desses conceitos não pretende ser abrangente, mas suficiente para atender às perguntas elaboradas pela pesquisa. Por último, pretendemos ainda apresentar neste texto as bases metodológicas que irão compor o segundo capítulo da dissertação e orientar a confecção do terceiro capítulo, dedicado às análises.

## Capítulo 1 – Conceitos

### 1 - Comunicação

Nascido na Tchecoslováquia e naturalizado brasileiro, o filósofo Vilém Flusser redigiu obras em pelo menos quatro idiomas com a intenção de não ter suas ideias constrangidas pelas limitações de expressão em cada língua. Tem entre suas obras diversos livros sobre os mais variados assuntos, além de artigos e ensaios publicados em periódicos diversos e originais datilografados armazenados no Arquivo Flusser, na Alemanha, muitos deles sem data. Mesmo que tenha escrito sobre temas diversos, o filósofo tem ganhado cada vez mais notoriedade no campo da Comunicação e em várias áreas da Arte e produziu bastante nos anos de 1980, no final de sua vida, antes de ser vítima de um acidente de carro em 1991.

Em boa parte de suas produções, é possível notar uma tensão entre o otimismo perante as evoluções técnicas que trouxeram ao mundo a fotografia, a televisão e os computadores e uma posição crítica diante dos avanços da cibernética e das novas engenharias (a genética, por exemplo). Num nível mais complexo, Flusser dividia-se entre a fenomenologia (sobretudo derivada de Husserl e Heidegger) e o pensamento cibernético; entre um humanismo de temperos fortes e uma completa relativização do humano sob a ótica do cálculo; conseguia ver utopias e futuros distópicos que tinham como base o surgimento de um novo tipo de homem criado pela ambiência das imagens técnicas. A natureza ambivalente de sua produção parece extremamente rica por ser reveladora de possibilidades – e isso suscita diversas interpretações sobre um mesmo tema dentro do universo flusseriano, tal como se pode constatar pela bibliografia que utilizamos aqui.

O conjunto de sua obra, pelo modo como “expressou a vivência e compreensão da comunicação, do espaço e do tempo”, nos concede “instrumentos para compreendermos, na contemporaneidade, tanto os processos de vinculação face a face como os mediados por equipamentos” (MENEZES, 2009, p. 180). O filósofo sugeriu até mesmo a criação de uma ciência chamada Comunicologia, que seria capaz de aglutinar todas as outras ciências humanas (FELINTO e SANTAELLA, 2012). Hanke (2004) afirma que Flusser “percebeu a

importância fundamental da comunicação para o homem e a sociedade, tanto na forma do diálogo interpessoal como na forma midiática” (2004, p. 70). Assim, a perspectiva do filósofo parece apontar um bom caminho para a observação de fenômenos e objetos do campo da comunicação, frente às suas fronteiras indefinidas e o estágio fragmentado em que ele se encontra.

A dificuldade para se estabelecer no meio acadêmico um único conceito que explique o que venha a ser Comunicação, ou situar com precisão os limites do campo parece bastante clara para diversos autores da área (HOHLFELDT *et al*, 2007; TEMER, 2005; 2009; BRAGA, 2008; NORDENSTRENG, 2007). Para Nordenstreng (2007), a emergência de novas mídias (jornais, rádio, televisão, cinema, etc.) associada ao consequente desenvolvimento de diferentes vertentes da comunicação ao longo dos anos (jornalismo, economia midiática, comunicação visual, etc.) fizeram crescer “galhos mais ou menos independentes do campo” (NORDENSTRENG, 2007, p. 221, tradução nossa<sup>1</sup>). Como resultado, ao mesmo tempo em que começam a deixar suas raízes de bases sociológicas, os estudos em comunicação estão se tornando cada vez mais dependentes de aspectos empíricos e práticos da realidade (NORDENSTRENG, 2007).

Para Nordenstreng (2007), isso significa um maior número de pesquisas de natureza administrativa, em oposição a estudos com perspectiva crítica. Além disso, o mesmo autor aponta que não parece haver qualquer critério ou padrão – nem internacional, nem limitado a países – para a criação ou nomeação das várias subdivisões nos *media studies*. A consequência seria a fragmentação massiva do campo e uma enorme fragilidade na busca da formação de uma disciplina consolidada (NORDENSTRENG, 2007), evidenciando a necessidade de mais pesquisas que tenham o campo como objeto.

Martino (2007), que também advoga por mais estudos nesse sentido, não vê problemas na fragmentação do campo; um aspecto que lhe parece presente em qualquer outra área do conhecimento. O autor brasileiro esclarece que o problema mais recorrente na literatura relativa à epistemologia da Comunicação – que identifica em parte das análises de Christian Berger e Robert T. Craig – é citar os problemas de fragmentação e ramificações sem critério, que são relativos ao campo, numa problematização que o trata como uma disciplina (MARTINO, 2007).

---

1 Todos as citações em língua estrangeira foram traduzidas – de maneira livre – para facilitar e dar fluência à leitura.

É chegada a hora de entendermos que se falamos em campo, não temos nada que possamos fazer para superar os problemas de fragmentação, falta de diálogo teórico, déficit teórico, e tantos outros problemas [...] pois um campo é exatamente isso: uma forma frouxa de saberes que se relacionam em torno de questões vagas ou de objetos empiricamente definidos. Por outro lado, tudo ou quase tudo está por ser feito, se é o caso de falarmos de uma disciplina. Porque ao contrário daquele, uma disciplina exige um grau de integração, de sistematização e de rigor entre os conhecimentos aí gerados. Eles possuem um centro de gravidade que a noção de campo desconhece. Seus giram em torno de um núcleo, expressado pela idéia de um objeto de estudo (MARTINO, 2007, p. 9-10).

Assim, a sistematização de uma disciplina ainda não parece ser um dado palpável nos estudos sobre Comunicação. Braga (2008), em sua análise sobre a emergência do estudo de caso como um modelo metodológico bastante presente nas pesquisas em comunicação, torna evidente o argumento de Nordenstreng (2007) quanto à crescente fundamentação empírica/prática nos estudos sobre comunicação. Esse método estaria associado, ainda, a uma forma de enxergar a Comunicação como uma disciplina indiciária (BRAGA, 2008) – e não classifica-la como tal, uma vez que a fluidez com que diversas ciências humanas transitam por modelos epistemológicos permite à Comunicação o mesmo movimento, apesar de essa última não dispor de grandes regras “básicas próprias ao campo, com formalizações teóricas transversais à generalidade do objeto, nem suficientemente consensuais, que permitam fazer reduções preliminares” (BRAGA, 2008, p. 76).

Em meio ao vasto conjunto de teorias e conceitos ligados à difusa área de Comunicação, parecem haver pelo menos duas espécies de estudos que têm a comunicação como objeto: aqueles baseados no sentido lato de comunicação, pautados pela transmissão de sentido ou na comunicação humana face a face; e um segundo grupo – presente em maior número no que se costuma chamar de “Teorias da Comunicação” – focado na análise de aspectos relacionados à comunicação mediada, sobretudo pelos meios de comunicação de massa. Cada grupo encerra em si mesmo múltiplas teorias e correntes de estudo, que por sua vez se ramificam em outras tantas concepções e enfoques de pesquisa. Dado esse panorama, procede-se aqui a uma exploração de alguns eixos da pesquisa em “Comunicação” que nos parece necessário apontar.

Conforme Wolf (1985), a primeira tese doutoral sobre jornalismo foi defendida em 1690. Os *estudos* de e sobre comunicação<sup>2</sup>, no entanto, só começariam a ser produzidos na

---

2 Nos referimos aqui aos estudos da Escola de Chicago e todos os grupos de pesquisas de ordem sociológica,

primeira metade do século XX, embora a discussão sobre a ideia de Comunicação pontue muitos outros períodos da História. Conforme Hohlfeldt (2007), Platão já delineara, na Antiguidade, a necessidade da dialética para a construção de um saber, ao passo que Aristóteles definiria o pilar de sustentação de boa parte das teorias da comunicação que surgiriam no século passado: o modelo emissor → mensagem → receptor.

É importante ressaltar que não se pretende realizar aqui um apanhado histórico sobre a construção de estratégias discursivas, nem mesmo nos engajarmos num estudo profundo sobre a linguagem ou produzir uma dissertação pautada pela semiótica ou semiologia. Nos referimos à retórica e à dialética em Aristóteles, por exemplo, de modo a apresentar parte das primeiras reflexões sobre a comunicação humana – cuja tradição de estudo nas chamadas “Teorias da Comunicação” encontrou como foco outros aspectos que não o diálogo face a face.

Em sua análise sobre a contribuição helena para a ideia de comunicação, Hohlfeldt (2007) avalia que a comunicação para Platão mais parecia um projeto impossível, enquanto Aristóteles a assimilou ao processo de obtenção de saberes. Para Hohlfeldt (2007), a interpretação do mito da caverna de Platão conduz à conclusão de que a comunicação era impossível para o filósofo. No mito narrado por Platão, os habitantes da caverna – imersos, por assim dizer, na penumbra da ignorância – só conseguiam ver na parede as sombras projetadas pelo Sol de objetos/pessoas reais que passavam pela entrada do local. Um indivíduo que se aventura fora da caverna e é iluminado pelo saber só encontra hostilidade e o descaso dos companheiros ao tentar comunicar suas descobertas. Assim, “se os homens se negam ao conhecimento, mesmo quando alguém se disponha a transmiti-lo, como conceber a possibilidade da comunicação?” (HOHLFELDT et al, 2007, p. 72).

Gonçalves e Saint Clair (2008), por outro lado, enxergam no choque de visões de mundo narrado pelo mito uma oportunidade para a construção de um diálogo. Assim,

Se pensarmos na configuração platônica da filosofia, configuração inaugural, fica claro que a aposta filosófica é a da instauração de uma comunicação outra contra a violência comunicativa do choque das opiniões, da *doxa*. A forma diálogo é indicativa mesma dessa amarração entre o filosofar e o comunicar. Uma questão de regimes de comunicação, deste modo

---

filosófica e antropológica que se costuma compilar em livros dedicados às chamadas “Teorias da Comunicação” – como em Hohlfeldt *et al* (2007) e Temer (2005; 2009) – dentre os quais podemos citar a Escola de Frankfurt, os Estudos Culturais, a Teoria Matemática da Informação, e os estudos contemporâneos franceses e latinoamericanos que versam sobre a Comunicação.

(GONÇALVES e SAINT CLAIR, 2008, p. 1).

Aristóteles, por sua vez, parece ser o primeiro a dar à ideia de comunicação a noção de *processo*. Para o discípulo de Platão, “questões mais ou menos ligadas ao conhecimento comum” são colocadas em trânsito por meio da dialética e sua “outra face”, a retórica (ARISTÓTELES, 2005, p. 89). O filósofo considera as duas “faculdades de fornecer argumentos” (ARISTÓTELES, s/d, p. 36) como instrumentos para a circulação dos discursos e define a retórica como um meio para descobrir como exercer a persuasão. Para Aristóteles, a retórica é composta de três elementos fundamentais: o que fala, aquilo de que fala e aquele a quem fala (ARISTÓTELES, 2005; s/d). Como aponta Hohlfeldt (2007), é nessa definição que fica mais claro a origem da ideia de comunicação como um *processo*, um *sistema* cuja composição envolve, necessariamente, a presença de *dois participantes* e o *trânsito de sentido* por meio de um argumento.

Assim, a discussão do que se entende por comunicação nos textos do filósofo parece estar atrelada à ideia de persuasão, embora a função da retórica não esteja associada diretamente a persuadir, “mas discernir os meios de persuasão mais pertinentes a cada caso” (ARISTÓTELES, 2005, p. 94). Aristóteles (2005; s/d) distingue três tipos de discursos oratórios utilizados na arte da retórica: o gênero deliberativo, o gênero judiciário e o gênero demonstrativo. O primeiro refere-se a conselhos que guiam decisões sobre o futuro; o segundo, pressupondo a figura de um juiz, abarca argumentos de acusação e defesa emitidos com a intenção de criar no(s) ouvinte(s) posições sobre o passado; ao passo que no terceiro, aquele que fala procura refletir sobre o presente fazendo uso de elogios e censuras, ainda que recorra ao passado ou presuma o futuro para construir seus argumentos.

Utilizando focos completamente distintos, várias das chamadas Teorias da Comunicação também se debruçariam sobre os mecanismos de persuasão e os efeitos e/ou a influência causados pela emissão de mensagens nos receptores das mesmas. É importante destacar que embora a essência do modelo de Aristóteles perdure em teorias que tomam a comunicação como objeto até os nossos dias, o filósofo não usa o termo “comunicação” e nem faz menção ao papel da *mediação* – de uma pessoa ou suporte técnico – na transmissão de sentido. Esse aspecto da comunicação só se tornaria mais evidente à medida que as tecnologias de mediação dos sentidos – a visão com os livros e os jornais, a audição com o rádio e o telégrafo, visão e audição com a televisão, e visão, audição e tato com os videogames – fossem surgindo e se tornando populares. O início desse processo, com o



aumento da circulação de livros e jornais, fez surgir, no final do século XIX, “vários estudos para entender a realidade influenciada pelos meios de comunicação” (TEMER, 2005, p. 6)<sup>3</sup>.

Vilém Flusser, por sua vez, desenvolveu uma noção de comunicação situada em uma dimensão existencial – entendida como um artifício criado para que nos esqueçamos da solidão e da morte – atravessada por outra formal – relativa à tentativa humana de produzir e armazenar informações dotadas de significado. Dessa forma, a comunicação não pode ser estudada tão somente dentro do domínio das leis naturais, mas como um assunto das humanidades; para Flusser, os sons da fala ou os códigos da escrita não são atos naturais, mas produtos eminentemente humanos. Diferente do resto dos animais, os seres humanos são conscientes de que a morte é inevitável e a solidão é algo a ser evitado; assim, o homem seria um animal “não-natural”. O pensamento segue a linha do postulado de Aristóteles que define o homem como um “animal social”:

Apenas nesse sentido pode-se chamar o homem de um animal social, de um “*zoon politikon*”. Ele é um idiota (na origem da palavra, uma pessoa privada, *Privatperson*) caso não tenha aprendido a se servir dos instrumentos de comunicação, como, por exemplo, a língua. [...] Certamente existem também relações “naturais” entre os homens, como a relação entre a mãe e o lactante ou então uma relação sexual, e pode-se afirmar que estas seriam as formas de comunicação mais originais e fundamentais. Mas elas não caracterizam a comunicação humana, e são amplamente influenciadas pelos artifícios [...] (FLUSSER, 2007, p. 89-90).

Para Flusser, o canto dos pássaros, por exemplo, difere do diálogo humano porque esse último pertence ao que ele chama de “segunda natureza” – um domínio criado e sustentado por “símbolos organizados em códigos” (FLUSSER, 2007, p. 89). O convívio com e pelas coisas artificiais – o significado do anuir com a cabeça, a sinalização de trânsito, os móveis, as ruas, as cidades fabricadas pelos humanos – serve para nos fazer esquecer a vida sem sentido, solitária e fútil na morte que encontramos na primeira natureza. E é justamente por isso, segundo Flusser, que frequentemente não nos atentamos para o caráter artificial da segunda natureza. Da mesma forma, o instrumento que utilizamos para moldá-la e recobrir a primeira natureza como uma camada – a comunicação – também tem seu caráter artificial camuflado, e passamos a tratá-la como se fosse um dado da natureza.

---

3 Ainda sobre Aristóteles, é necessário ressaltar que apesar de nos dedicarmos aqui a uma breve exploração do germen da ideia de comunicação encontrado em sua Retórica, o filósofo construiu boa parte de sua produção ao longo dos anos articulando os universos da Retórica, da Política e da Poética – três dimensões interligadas que davam suporte aos conceitos tecidos por Aristóteles. --

É a comunicação quem tece os véus da ciência, da filosofia e da religião para que deixemos de enxergar as intempéries do mundo da primeira natureza e possamos ver sentido no mundo codificado da segunda e, assim, evitar a evidência da solidão e da morte – de nós mesmos e daqueles que amamos<sup>4</sup> (FLUSSER, 2007). Assim, estendendo o raciocínio de Aristóteles, Flusser alega que o homem comunica-se com seus iguais “não pelo fato de ser um animal social, mas sim porque é um animal solitário, incapaz de viver na solidão” (FLUSSER, 2007, p. 91). O ato de comunicar-se, portanto, não é apenas uma potência que se escolhe executar; mas uma necessidade que serve à tarefa de dar sentido à vida.

Sob outro ângulo, Flusser define a comunicação como um *processo* artificial centrado, sobretudo, no ato de “armazenar, processar e transmitir informação adquirida” (FELINTO e SANTAELLA, 2012, p. 58). É necessário salientar, no entanto, que a informação a que se refere Flusser está necessariamente inserida em sistemas simbólicos. Essa configuração só é possível devido à existência de códigos – ou sistemas de símbolos – cujo objetivo é possibilitar a comunicação entre os homens (FLUSSER, 2002; 2007). Eles conferem à comunicação a capacidade de substituir a vivência daquilo a que se refere; ou, dito de outra forma, a capacidade de *mediar*:

Os homens têm de se entender mutuamente por meio dos códigos, pois perderam o contato direto com o significado dos símbolos. O homem é um animal "alienado" (*verfremdet*), e vê-se obrigado a criar símbolos e a ordená-los em códigos, caso queira transpor o abismo que há entre ele e o "mundo". Ele precisa "mediar" (*vermitteln*), precisa dar um sentido ao "mundo" (FLUSSER, 2007, p. 130).

Como aponta Hohlfeldt (2007), o aspecto da mediação na comunicação já estava presente no modelo de Harold D. Lasswell, que adicionou aos três elementos fundamentais de Aristóteles (emissor/mensagem/receptor) outros dois: *em que canal* a mensagem circula e *com quais efeitos*. Hohlfeldt (2007) nota como o modelo de Aristóteles – diferente daquele elaborado por Lasswell, por exemplo – “pressupõe o processo verdadeiramente comunicativo” (HOHLFELDT *et al*, 2007, p. 79), uma vez que o filósofo da Antiguidade baseia sua proposição de comunicação na ideia de *diálogo*,

---

4 Flusser destaca em algumas passagens de seus textos (Cf. FLUSSER, 1999; 2002; 2007) que a associação da ideia de morte com termos negativos ou com a ideia de um “fim” é própria ao imaginário do Ocidente; no Oriente, “as pessoas não querem viver (pois a vida é considerada um sofrimento), no entanto é necessário reencarnar” (FLUSSER, 2007, p. 206).

isto é, a pessoa que fala, ao dirigir-se ao seu antagonista, espera dele uma resposta ou alcança convencê-lo ou dissuadi-lo de ou sobre algo. Assim, a pessoa a quem se fala transforma-se, num segundo momento, numa outra pessoa que fala, e fala àquela primeira, por sua vez, transformada em ouvinte (HOHLFELDT et al, 2007, p. 79).

Já no modelo de Lasswell, o trânsito das mensagens parece seguir sempre um caminho linear, que termina com a recepção da mensagem pelo ouvinte e o consequente desencadeamento dos efeitos gerado por esse fluxo. Nesse sentido, em oposição aos contrutos de Flusser e do filósofo da Antiguidade, o esquema de Lasswell parece mais a ilustração de um processo informativo do que propriamente um sistema relativo à comunicação. Somente alguns anos depois, com a revisão do modelo por Raymond Nixon, seriam acrescentados os *objetivos do emissor* e as *condições de emissão* e, mais tarde, William Schramm adicionaria a *retroalimentação* ou *feedback* ao processo (HOHLFELDT et al, 2007), pressupondo um esquema circular para o fluxo da comunicação.

Para Flusser, o trânsito, armazenagem e processamento de mensagens imbuídas de significado – o ato de comunicar-se – manifesta-se de duas formas: pelo diálogo e pelo discurso.

[...] para produzir informação, os homens trocam diferentes informações disponíveis na esperança de sintetizar uma nova informação. Essa é a forma de comunicação *dialógica*. Para preservar, manter a informação, os homens compartilham informações existentes na esperança de que elas, assim compartilhadas, possam resistir melhor ao efeito entrópico da natureza. Essa é a forma de comunicação *discursiva*. (FLUSSER, 2007, p. 96-97).

A divisão só se sustenta com dois pressupostos; o de que nenhuma das formas pode existir sem a outra; e a compreensão de que a diferença entre as duas é “uma questão de 'distância' da observação” (FLUSSER, 2007, p. 97). Dito de outra forma, Flusser infere que todo diálogo pode ser tomado como uma série de discursos voltados para a troca de informações, ao passo que um discurso pode pressupor uma resposta ou ser considerado parte de um diálogo. De forma análoga, um diálogo só é possível depois que os envolvidos tenham recebido informações de algum tipo de discurso; o emissor de um discurso, por sua vez, precisa de informações colhidas em um diálogo para que possa proferi-lo. Uma produção tipicamente informativa, como um livro, ilustra bem essa configuração quando evidenciamos que além de compor um discurso, um livro também pode ser tomado como parte de um diálogo, ao aumentarmos nossa distância de observação e enxergarmos, por exemplo, onde ele

se situa na discussão que outros autores fazem sobre o assunto de que trata.

No entanto, Flusser nos lembra que embora discurso e diálogo estejam implicados um no outro, a participação em um diálogo é totalmente diversa de nossa interação com um discurso (FLUSSER, 2007). O filósofo intui que o problema relativo à comunicação de que falamos frequentemente em nossos dias – o de que “é cada vez mais difícil se comunicar” – não se refere à falta de comunicação, que nunca “foi tão boa e funcionou de forma tão extensiva e tão intensiva como hoje” (FLUSSER, 2007, p. 98). Na verdade, a questão parece estar ligada ao predomínio da forma discursiva – ou de alguns poucos discursos – em detrimento das condições de se produzir diálogos efetivos, ou seja, de trocar informações com o objetivo de adquirir novas informações (FLUSSER, 2007).

As duas formas de comunicação diferenciam-se ainda pela função que cada uma delas desempenha em relação à informação. Num discurso, a informação está contida na memória do emissor e é transmitida para a memória do receptor; assim, a informação precede o discurso, e este serve como instrumento de transmissão da cultura entre os que participam dela (FLUSSER, 2002). Num diálogo, por sua vez, os dois elementos têm parte de uma informação que é sintetizada em uma informação global no decorrer do processo; portanto, novas informações surgem dos diálogos, que têm o papel de elaborar informações para a cultura (FLUSSER, 2002). Dessa maneira, o processo que dá forma à comunicação (armazenar, processar e transmitir) opera por dois tipos de dinâmica: "a elaboração da informação pelo diálogo e sua transmissão pelo discurso" (FLUSSER, 2002, p. 18).

Flusser diferencia dois tipos de diálogo e quatro espécies de discurso:

[...] os diálogos são *circulares* (exemplos: mesas redondas, parlamentos), ou *redes* (exemplos: sistema telefônico, opinião pública). Os discursos são *teatrais* (exemplos: aulas, concertos), *piramidais* (exemplos: exércitos, igrejas), *árvores* (exemplos: ciência, artes) e *anfiteatrais* (exemplos: rádio, imprensa). A história ocidental pode ser vista enquanto jogo comunicativo que vai aplicando tais métodos de comunicação como estratégias. O Propósito dessas estratégias todas é o de produzir e acumular informações novas (FLUSSER, 1983, p. 58-59)

Enquanto as formas de diálogo parecem acompanhar o homem desde que ele passou a organizar-se em grupos, as formas de diálogo acompanharam os anos de ascensão e queda de diferentes tipos de civilização ao longo dos séculos, sem que uma das formas tenha sobreposto outra. O discurso *teatral* é usado desde tempos ancestrais para o compartilhamento

da tradição; os membros mais velhos de uma comunidade passam aos mais novos mitos, lendas e convenções; é uma forma de discurso aberta ao diálogo. Foi a partir da sedentarização do homem, no entanto, que a existência de um tipo de discurso que não aceitasse intervenções pareceu necessária frente à construção das cidades e as disputas pelo seu controle. O discurso *piramidal* colocava a figura de um representante numa posição acima dos ouvintes, como uma espécie de mediador entre o público e uma deidade emissora de mensagens. Essa modalidade de discurso dominaria as formas de elocução até o final do que conhecemos como Idade Média.

Durante o Renascimento os representantes deram lugar a círculos dialógicos como forma de suprir a falta de diálogos na estrutura anterior e, assim, evitar a estagnação do tecido social com a falta de informações novas; surgia o *discurso em árvore* (FLUSSER, 1983). O humanismo, o iluminismo e uma série de outros movimentos geraram grande quantidade de informações novas sob a forma de ciência e arte, mas como consequência, criaram códigos especializados para cada área de informações. Nascia então a necessidade de tornar essas informações decifráveis pela maior parte do público, que não conseguia decodificar o que era produzido pelos grupos especializados. A solução apareceu sob a forma dos *mass media*, que decodificavam informações complexas transformando-as em dados que as massas julgavam inteligíveis. Na atualidade, os discursos anfiteatrais dominam o espaço público, não deixando qualquer espaço para que circulem os diálogos (FLUSSER, 1983).

O uso das duas formas de se comunicar deve estar sempre em equilíbrio para que as duas práticas – diálogos e discursos – possam se alimentar uma da outra. Com efeito, “a solidão na massa é consequência da dificuldade crescente para entrarmos em comunicação dialógica uns com os outros” (FLUSSER, 1983, p. 59), num mundo onde predomina a comunicação discursiva. No entanto, a predominância de diálogos sobre o discurso também leva à sensação de solidão, uma vez que são os discursos que projetam o homem na história (FLUSSER, 2002; 2007). Assim, a comunicação só pode alcançar seu propósito – dar significado à vida e superar a solidão e a morte – quando há uma situação de equilíbrio entre as práticas dialógicas e discursivas.

### ***In-formação e o processo comunicativo***

A noção de “informação” de Flusser também é bastante diversa daquela elaborada, por

exemplo, pela teoria Matemática da Comunicação, descrita por Weaver e Shannon. O filósofo define “informar” como o ato de dar forma à matéria, *in-formando-a*. A explicação parte da oposição entre os termos *hylé* (“matéria”) e *morphé* (“forma”), de origem grega.

Originalmente, *hylé* servia para referir-se a “madeira” entre os gregos; não propriamente à madeira em si, mas àquela estocada nos depósitos dos carpinteiros – o vocábulo seria adaptado pelos romanos para *materia* no latim. A palavra servia, portanto, para designar objetos amorfos, que ainda não haviam adquirido forma – e daí a oposição criada com *morphé*, para distinguir esses dois tipos de objetos. Essa argumentação torna-se ainda mais significativa quando localizamos as matérias no “mundo da natureza” ou “mundo material”. Depois de *in-formadas*, elas passam a fazer parte do “mundo formal” ou codificado – o mundo da “segunda natureza” –, adquirindo *forma* e, conseqüentemente, sentido e significados passíveis de interpretação pelos nossos sistemas simbólicos.

Ao se estudar a tradição das teorias da comunicação, é possível perceber de forma evidente análises que destacam aspectos não da comunicação em sua essência, mas de sua relação ou influência de seus meios sobre a propagação e/ou manutenção da ordem social, do sistema econômico, de ideologias diversas ou mesmo do poder político e financeiro. No entanto, à mesma época em que Lasswell concebeu o modelo-base para a estruturação de várias dessas teorias, um terceiro eixo da pesquisa norte-americana apontada por Araújo (*In HOHLFELDT et al*, 2007) – a chamada Teoria Matemática da Comunicação – foi concebida no final dos anos 1940. Frequentemente é referida como um conjunto de ideias que trata não da comunicação, mas da informação, embora Weaver considere que a palavra comunicação seja usada "num sentido muito amplo, de forma a incluir todos os procedimentos pelos quais uma mente pode influenciar outra" (WEAVER *In* COHN, 1987, p. 25):

O problema fundamental da comunicação é o de reproduzir num ponto exata ou aproximadamente a mensagem selecionada em outro ponto. Frequentemente as mensagens têm *significado*, aos quais se referem ou são correlacionadas de acordo com algum sistema com certas entidades físicas ou conceituais. Esse aspectos semânticos da comunicação são irrelevantes para o problema da engenharia. O aspecto significante é o de que a mensagem na verdade é uma *selecionada de um conjunto* de mensagens possíveis. O sistema deve ser projetado para operar em cada seleção possível, não apenas aquela que de fato será escolhida, uma vez que isso é desconhecido no momento do planejamento (SHANNON, 1948, p. 379, grifos do autor e tradução nossa).

A teoria em questão tem muitos pontos de contato com os escritos de Flusser; não só

pela terminologia utilizada, que remonta à cibernética de primeira ordem e às ciências naturais (ou "exatas"), mas também pela opção (feita de maneiras diferentes em cada caso) de tomar a comunicação em seu sentido lato. Contudo, é preciso destacar que a visão de Flusser não se conforma nos limites dessa teoria. A constatação é possível quando se percebe que o modelo de Weaver e Shannon despreza o que o filósofo institui como princípio da comunicação humana: as mensagens que circulam na comunicação humana devem carregar e transmitir sentido; elas estão, necessariamente, inseridas em sistemas simbólicos (Cf. FLUSSER, 2002; 2007; FELINTO E SANTAELLA, 2012).

Desenvolvida à luz dos avanços em tecnologias da comunicação, frente à hegemonia do rádio e o alvorecer de uma Era de audiência televisiva massiva, Temer (2005) e Araújo (*In HOHLFELDT et al*, 2007) apontam que a Teoria Matemática da Comunicação tem o mérito de pressupor a comunicação como um *processo*. Ela teria sido a primeira a sistematizar um esquema visual do processo comunicativo que, ao lado do modelo de Lasswell, serviria de base para vários dos estudos que se debruçaram sobre a Comunicação. O modelo de transmissão linear da informação usa os três elementos da compreensão aristotélica do fenômeno comunicacional replicados em Lasswell – denominados *fonte de informação*, *mensagem/sinal* e *destino* – somados ao *transmissor*, o *receptor* e o *canal* por onde circula a mensagem, além de uma fonte de ruído que age sobre a recepção da mesma.

Shannon (1948) afirma que uma *mensagem* inicia seu caminho num sistema comunicativo ao ser emitida por uma *fonte de informação*. Para ser enviada pelo *canal* sob a forma de um *sinal*, a mensagem é codificada pelo *transmissor*. Numa conversa por telefone, por exemplo, essa operação consiste em transformar a variação da pressão do som em uma corrente elétrica proporcional (SHANNON, 1948). A mensagem segue seu caminho sob a forma de sinal, e retorna à sua forma original por meio de uma operação inversa à do transmissor, realizada pelo *receptor*. Por fim, a mensagem chega ao seu *destino*, a “pessoa (*ou a coisa*) a quem a mensagem foi remetida” (SHANNON, 1948, p. 380, grifo e tradução nossos). Portanto, os papéis de “emissor” e “receptor” aqui – ou “aquele que fala” e “aquele a quem se fala”, nos termos de Aristóteles – podem ser assumidos por “coisas”, em contraste com os demais eixos de pesquisa que não parecem fazer menção direta à comunicação entre seres não-vivos (ou sequer não-humanos).

Nesse ponto, a perspectiva de Flusser apresentada até aqui permite-nos concluir que a comunicação, sendo um artifício e, portanto, uma criação *humana*, não pode ocorrer sequer

entre os animais, por exemplo. Outro aspecto que toca os construtos de Flusser é a tradução de informações emitidas num sistema de códigos para outro diferente dele. Na descrição de Shannon (1948), fica claro como o autor trata o impulso elétrico como a menor unidade de informação que pode ser convertida e transmitida pelos aparelhos – e essa operação, que encontra uma equivalente em nossos dias na arquitetura binária dos zeros e uns dos *bits* de um computador, é justamente a comunicação. Já no universo de Flusser, somente o processo de codificação/decodificação em *sistemas simbólicos* lineares, bidimensionais, tridimensionais ou computacionais é que faz parte do processo comunicacional. Assim, por exemplo, "nossos alfabetos são códigos que têm como propósito tornar visível o falar: as letras são desenhos cujos tons (sons) recodificam a linguagem falada até o visual" (FLUSSER, 2005, p. 96, tradução nossa).

Diferente do corpo das demais teorias da comunicação, Weaver e Shannon situaram o foco das análises da Teoria Matemática da Comunicação nos problemas técnicos, pormenorizando – mas sem desconsiderar por completo – os problemas semânticos e de eficácia. Os problemas semânticos referem-se à interpretação do significado das mensagens pelo receptor, no esforço de fazê-las inteligíveis. Já os problemas de influência ou eficácia são os que se relacionam com os efeitos provocados pela mensagem posta em trânsito; tratam da ação da mensagem sobre a conduta humana. Sobre esses últimos, Shannon e Weaver admitem apenas duas possibilidades: ou de fato a comunicação exerce algum tipo de influência sobre a conduta humana ou não há qualquer efeito perceptível e comprovável sobre o comportamento do receptor depois de transmitida a mensagem (WEAVER *In* COHN, 1987). Essa resposta, no entanto, não devia compor o foco das pesquisas em comunicação, de acordo com Shannon.

A discussão sobre a influência da comunicação na conduta humana – que desenharia o centro das discussões para diversas teorias da comunicação, tais como a Teoria Hipodérmica ou mesmo o que Temer (2005) chama de Paradigma Funcionalista Positivista – é dada como finda nesse ponto. A pergunta sobre os efeitos que a transmissão de uma mensagem pode trazer não é levada adiante, uma vez que, para os teóricos dessa corrente, as interrogações dignas de exploração estão nos problemas técnicos. Para Weaver, “As questões a serem estudadas num sistema de comunicação dizem respeito à quantidade de informação, à capacidade do canal de comunicação, ao processo de codificação utilizável para transformar uma mensagem em um sinal, e aos efeitos do ruído” (WEAVER *In* COHN, 1987, p. 28).

Preocupa-se, aqui, “não com o significado de mensagens individuais, mas com toda a



natureza estatística da quantidade de informação” (WEAVER *In* COHN, 1987, p. 30). Assim, “o problema fundamental da comunicação está em reproduzir em um ponto de forma exata ou aproximada uma mensagem localizada em outro ponto” (SHANNON, 1948, p. 379, tradução nossa). Parte do que dificulta o sucesso dessa operação é a entropia; ou o grau de causalidade em uma dada situação. Segundo Shannon (1948) e Weaver (*In* COHN, 1987), é essa lei natural, postulada pela termodinâmica, que garante a existência de incertezas e torna o processo comunicativo vulnerável a falhas.

É necessário destacar que a noção de “informação” nesses construtos é bastante específica, e não se refere àquela utilizada, por exemplo, pela Escola de Frankfurt. Aqui, informação “é uma medida de sua liberdade de escolha quando seleciona uma mensagem” (WEAVER *In* COHN, 1987, p. 28), o que equivale a afirmar, na interpretação dos autores, que quanto maior a quantidade de informação, menor as chances de que a mensagem selecionada para ser transformada em sinal seja aquela que se pretendia emitir e maior a incerteza de que ela seja reproduzida de forma fiel para o receptor. As mensagens ou sinais que não se quer transmitir são os ruídos, que aumentam a quantidade de informação em um mesmo canal e diminuem as chances de sucesso na comunicação. Uma fonte de informação produz uma mensagem ao escolher determinados elementos simbólicos e combiná-los; é o que ocorre, por exemplo, quando combinamos palavras para formar frases – com ou sem sentido. Shannon (1948) demonstra, inclusive, que a combinação aleatória de letras e palavras tende a formar palavras e frases significativas.

Weaver (*In* COHN, 1987) admite que a teoria pode causar estranheza por desprezar o sentido das mensagens na avaliação do processo comunicativo, mas esclarece que o modelo aceita adições de aspectos semânticos ou relativos à influência ou eficácia. A figura de um “receptor semântico”, por exemplo, pode ser inserida entre o “aparelho receptor ( que transforma sinais em mensagens) e a destinação”, submetendo a mensagem a “uma segunda codificação” e analisando aspectos ligados ao sentido da mensagem transmitida. Mesmo assim, os autores admitem que a teoria constitui a base das formulações da criptografia – que é uma forma de codificação – e se relaciona “intimamente com o problema do esquema lógico de computadores” (WEAVER *In* COHN, 1987, p. 34).

Essa aproximação, bem como o uso de conceitos e fórmulas próprias às ciências naturais – tais como a ideia de entropia ou as fórmulas matemáticas de Shannon para definir o processo comunicativo – geraram diversas críticas a esse modelo, cujas proposições eram

tidas como adequadas a estudos sobre informação e falsamente desprovidas de ideologia (TEMER, 2005). De forma semelhante, uma outra perspectiva dos estudos em comunicação seria tomada como determinada pela tecnologia e profundamente associada a questões de ordem técnica, além de defender o meio e não a mensagem como o foco de suas pesquisas: as produções da chamada "Escola Canadense".

Para Flusser, não é o fenômeno em si que define a que linha de pesquisa as postulações sobre ele pertencem – na verdade, o posicionamento do pesquisador (a ênfase em *explicá-lo* ou *interpretá-lo*) é que evidencia ou obscurece a observação de determinadas características, conformando *este* ou *aquele* fenômeno. Não se trata, portanto, da “mesma coisa” vista de formas diferentes. “A comunicação, no caso da informática, é um fenômeno diverso desse de que trata este trabalho. Na informática, a comunicação é um processo “natural”, e por isso deve ser explicada objetivamente” (FLUSSER, 2007, p. 96). Aqui, a Comunicação é tomada como um objeto antinatural e fabricado pelo homem para driblar leis da natureza. O melhor exemplo disso parece ser o de que negamos o princípio da desorganização e causalidade naturais – a entropia – adquirindo, armazenando e transmitindo informações, ao invés de fazê-las dissipar depois de atendidos os instintos (Cf. FLUSSER, 2002, 2007).

Ainda sobre a noção de Flusser quanto ao que vem a ser “informação”, podemos concluir que o conceito de comunicação do filósofo evita a criação de uma dicotomia, frequentemente encontrada em pesquisas da área, que opõe ou até mesmo faz confundir “comunicação” e “informação”. Uma vez que comunicar fica definido como armazenar, processar e transmitir informação, essa última converte-se em matéria-prima da primeira; um elemento que compõe parte de um processo mais complexo. Apesar de utilizar caminhos diversos dos de Flusser para chegar a uma conclusão similar, Wolton (2010) defende que ora temos assumido os verbos como equivalentes, ora acreditamos nos comunicar quando estamos apenas informando: “comunicar é cada vez menos transmitir, raramente compartilhar, sendo cada vez mais negociar e, finalmente, conviver” (WOLTON, 2010, p. 62).

A linha de pensamento de Wolton pode parecer distante da de Flusser quando o primeiro trata a transmissão de informações como apenas uma etapa da comunicação, mas na verdade, atrelar o ato de comunicar-se à tolerância e à convivência torna o pensamento do autor francês mais próximo do de Flusser, uma vez que associa a comunicação a uma forma de estar-no-mundo – uma compreensão do processo comunicacional de dimensão existencial,

portanto. Contudo, é necessário fazer a ressalva de que Wolton escreve com os olhos voltados para os mais recentes fenômenos comunicacionais e à luz da torrente de dados que ocupa nossa atenção numa escala jamais vista, enquanto Flusser não viveu sequer para assistir à expansão do uso da internet pelo planeta, quanto mais ao uso massivo da telefonia celular em nossos dias.

### **Sobre Cultura e Comunicação**

James Carey (2009) nota como o escritor John Dewey fora capaz de intuir em suas obras, antes da metade do século passado, duas visões contrastantes de comunicação que compõem a história do pensamento ocidental: uma visão da comunicação como *transmissão* e como *ritual*. A primeira perspectiva, mais comumente lembrada na tradição dos estudos sobre comunicação, "é geralmente definida por termos como 'enviar', 'transmitir', ou 'dar informação a outros'. É formada por uma metáfora da geografia ou transporte" (CAREY, 2009, p. 12, tradução nossa). Já a concepção que se refere à comunicação como um ritual "está ligada a termos como 'compartilhamento', 'participação', 'associação', 'agremiação' e a 'posse de uma fé comum'" (CAREY, 2009, p. 15, tradução nossa), e portanto, remonta à raiz da palavra dos sentidos replicados em "comunidade" e outras palavras que remetem à ideia de "comum".

Sobre a primeira visão, Carey (2009) localiza sua naturalização no fato de se perceber o transporte de produtos e pessoas e o movimento no transporte de informação como processos essencialmente iguais. Assim, ao situar a transmissão de sinais ou mensagens no centro das discussões em torno do objeto "comunicação", essa concepção subsidia a existência de interpretações como a da Teoria Matemática da Informação e, até certo ponto, alguns elementos da perspectiva de Flusser. É bastante claro, por exemplo, o trato da comunicação como "transmissão" no que já chamamos de dimensão "formal" da comunicação em Flusser; em outro eixo, a concepção existencial da comunicação para o filósofo tcheco tem vários de seus aspectos representados de forma evidente no que Carey denomina ser uma visão da comunicação enquanto "ritual".

Sob essa visão, a comunicação seria "um processo pelo qual mensagens são transmitidas e distribuídas no espaço para o controle da distância e de pessoas" (CAREY, 2009, p. 13, tradução nossa). No século XIX, jornais, livros e todo tipo de publicação precisavam ser distribuídos por canais diversos de transporte se quisessem ser lidos. Embora o

telégrafo tenha rompido com essa lógica, a associação do fenômeno "comunicação" com termos utilizados na logística do transporte – enviar, receber, transmitir, etc. – seguem como naturais. Carey (2009) também destaca as raízes religiosas que deram suporte a essa associação nos Estados Unidos. Imigrantes vindos da Europa, por exemplo, procuravam um espaço em que pudessem estender o reino de Deus na Terra e, ao mesmo tempo, viam nos nascentes meios de imprensa canais para a divulgação da mensagem Cristã, comprimindo o tempo e transcendendo o espaço.

Carey (2009) também assinala que o desenvolvimento de redes de transporte e comunicação de forma integrada também sempre foi visto por empreendedores e pelo Estado como essenciais ao encurtamento das distâncias, e à criação de redes, transformando "unidades políticas levemente dispersas no espaço" em "um único organismo político", e "pequenos enclaves culturais dispersos por um continente" em "uma grande comunidade" (CAREY, 2009, p. 6). A concepção de comunicação como transmissão, portanto, embasou o surgimento de pesquisas empiricistas e funcionalistas e o florescimento de estudos sobre o alcance e a eficiência das comunicações, bem como as diversas pesquisas sobre os efeitos surtidos pelos meios.

Embora alguns dos termos utilizados por Flusser se inscrevam no conjunto daqueles que se associam a essa concepção de comunicação – sobretudo os termos relacionados ao universo da cibernética, como aqueles que constam na definição de comunicação: "informar, processar e transmitir informações" –, faz-se necessário destacar que as posições de Flusser parecem muito mais bem alinhadas com a visão da comunicação como "ritual". Nessa última, exploram-se as relações de sentido entre as antigas raízes coincidentes de "comunicação" e "comunidade", "comum", "comunhão". A relação com a concepção existencial de comunicação de Flusser é patente, ao se evidenciar que o ser humano busca comunicar-se para fugir da solidão e dar sentido à vida por meio de uma camada de significados aplicada sobre a realidade – que é legitimada, construída e representada por elementos da cultura.

Para Carey (2009), a opção de seus conterrâneos pelo desprezo dessa via de compreensão da comunicação revela o quão fraca é a noção de cultura no pensamento social americano. A associação da comunicação à ideia de ritual, em oposição à distribuição de informações numa dada extensão, aponta para a reunião de informações comuns num determinado período de tempo. Uma visão "ritualística" da comunicação é direcionada "não para a extensão de mensagens no espaço mas para a manutenção da sociedade no tempo; não

à ação de transmitir informação mas à representação de crenças comuns"; portanto,

Essa projeção de ideais comunitários [...] – dança, jogos, arquitetura, notícias, trechos de discursos – cria uma ordem artificial [...] que opera para prover não informação, mas confirmação, não para alterar atitudes ou mudar mentes mas representar uma ordem implícita das coisas, não para desempenhar funções mas manifestar um processo frágil e em curso. (CAREY, 2009, p. 15, tradução nossa).

Nesse sentido, a comunicação é justamente o que torna possível a existência da comunidade; é ela quem gera os elos de ligação dos laços sociais. Carey (2009) defende que a comunicação, enquanto ritual, não é informação, mas drama; ela não serve apenas<sup>5</sup> para descrever o mundo, mas para emoldurar uma arena de forças e ações dramáticas onde reconhecemos e formamos nossos papéis sociais inscritos num tempo específico. Sob essa perspectiva, uma matéria de jornal, para além da descrição de um fato, é mais um gesto de "assistência das massas", na qual "não se aprende nada de novo mas uma visão particular do mundo é emoldurada e confirmada" (CAREY, 2009, p. 16, tradução nossa). Portanto, a comunicação é o que faz a vida em associações possível. E a sociedade só é concebível porque existem forças de agregação de informação compartilhada circulando num sistema orgânico (CAREY, 2009).

A ligação com o pensamento de Flusser torna-se ainda mais evidente quando Carey (2009) define comunicação como "um processo simbólico por meio do qual a realidade é produzida, mantida, reparada, e transformada" (CAREY, 2009, p. 19, tradução nossa), uma explicação que ecoa a concepção da "segunda natureza" criada pelo processo comunicativo. A aproximação com Flusser é ainda mais nítida quando Carey (2009) elege a comunicação como o ritual humano que organiza a entropia do mundo em nossos mapas mentais públicos, tornando-o apreensível e dotado de sentido; utilizando esses mapas simbólicos, orientamo-nos em nosso mundo sustentado por práticas comunicacionais – rituais que compõem as culturas humanas na forma de "linhas em uma página, sons dispersos pelo ar, movimentos em uma dança" (CAREY, 2009, p. 22, tradução nossa), por exemplo.

Carey ressalta a importância de se perceber a natureza dupla da comunicação revelada por essa interpretação: ao utilizar-se de símbolos comuns para organizar a entropia do mundo

---

5 Carey (2009) ressalta que nenhuma destas perspectivas necessariamente nega o que a outra determina. O autor apenas é enfático em afirmar que a concepção da comunicação como transmissão não consegue comportar as explicações que se inscrevem na perspectiva da comunicação como ritual, já que a segunda está essencialmente imbuída da ideia de uma ordem social.

e torná-lo inteligível, os "mapas" que resultam desse processo – livros, jornais, programas de rádio e televisão, ou qualquer outro repositório de informação pública e compartilhada – são usados para que possamos nos orientar na realidade. Logo, as formas simbólicas são, simultaneamente, representações "da" e "para" a realidade; nos termos de Flusser, elas criam e dão forma à "segunda natureza" – ou nosso "mundo codificado" – e, ao mesmo tempo, oferecem condições para que possamos (con)viver dentro dela.

Felinto e Santaella (2012) destacam como a visão de Flusser para uma ciência dedicada a "investigar todo o campo de comércio simbólico do homem" (FELINTO e SANTAELLA, 2012, p. 54), a "Comunicologia", fundiria o universo da Comunicação com o da Cultura – numa ratificação do que Carey chama de uma visão da comunicação como "ritual". Nessa ciência, cujo foco seria estendido a tudo o que se relaciona com a cultura humana – e portanto, englobando os âmbitos da política, da economia, da religião, do direito e de tudo mais o que os humanos produzem (Cf. HANKE, 2004, FELINTO e SANTAELLA, 2012), a investigação da "noção *fenomenal e funcional* da transmissão simbólica de mensagens" constituiria o centro de atenção das pesquisas.

A decisão de Flusser de não incluir no escopo dessa ciência reflexões ligadas à metafísica ou a questões relacionadas ao "espírito" revela uma aproximação com a teoria geral da cibernética e pode ser atestada pelo uso de termos que – como já apontamos – são próprios da teoria matemática da comunicação. Dessa forma, "evita-se inserir na definição [de comunicação] 'conceitos que não correspondem a nenhum fenômeno observável (como, por exemplo, 'espírito', 'criatividade', 'liberdade' e assim por diante)'" (FELINTO e SANTAELLA, 2012, p. 56). Por outro lado, Flusser parece evocar algo de metafísico em sua interpretação existencial da comunicação, que alia sua necessidade à nossa consciência de finitude terrena – como já mencionamos, nos comunicamos (processo anti-natural) para esquecer da morte e da solidão (processo natural). Logo, o fenômeno da comunicação constitui uma negação da entropia: "O homem codifica para criar símbolos, portanto, para trazer ordem ao mundo" (FLUSSER *apud* FELINTO e SANTAELLA, 2012, p. 57).

Para Carey (2009), a Escola de Chicago também atribui à comunicação o papel de criação e sustentação das formas simbólicas que moldam a cultura – à semelhança de Flusser e do que o próprio Carey intui como mais adequado em oposição à visão da comunicação como transmissão. Embora o sofisticado interacionismo simbólico de Mead tenha se perdido em reflexões sobre o behaviorismo e/ou desembocado na tradição de estudos que se seguiu

com Paul Lazarsfeld, os acadêmicos da Escola de Chicago "caracterizaram a comunicação como o processo através do qual uma cultura é criada, mantida no tempo, e sedimentada nas instituições. Portanto, viam a comunicação na forma da arte, arquitetura, costume e ritual e, acima de tudo, políticas" (CAREY, 2009, p. 111, tradução nossa). Essa perspectiva conferia-lhes uma preocupação com o aspecto da vida pública nas cidades, revertida em toda sorte de políticas públicas que davam um fim prático para suas postulações.

Dentre os acadêmicos de Chicago que não seguiram essa linha, Carey (2009) destaca Harold Adams Innis, economista canadense cujas reflexões teriam "corrigido" e aperfeiçoado a visão da comunicação como ritual encontrada nos textos da escola. Subscrevendo a importância da construção de uma comunidade local<sup>6</sup> como uma experiência de formação democrática assinalada por aquela escola, Innis observou que o movimento de descentralização/centralização dos fluxos de mensagens era condicionada pela disseminação de conhecimento pelo espaço. Pequenas cidades, com o surgimento do telégrafo e suas primeiras transmissões, experimentaram um fortalecimento da imprensa local e regional semelhante ao que se observou com os primeiros jornais nos distritos mais afastados. O surgimento das comunicações elétricas junto à formação dos primeiros grandes conglomerados e grupos de monopólio dos transportes e das comunicações rapidamente centralizaram a criação e dispersão de mensagens nas regiões metropolitanas.

Os Estados Unidos, então, perseguiam em todos os níveis da estrutura social o que eu chamo de uma política desenvolvida de comunicação, focada tão somente em espalhar mensagens cada vez mais longe no espaço e diminuindo o custo da transmissão. Isso é o que Innis quis dizer com explorar a tendência espacial da comunicação moderna. A Comunicação era vista, em outras palavras, apenas sob as formas de espaço e poder. (CAREY, 2009, p. 119, tradução nossa).

Assim, não ficava aparente o fato de que o viés (*bias*) da comunicação pudesse ser o tempo, e não apenas o espaço. Innis entendia que "um meio de comunicação tem uma influência importante na disseminação de conhecimento através do espaço e através do tempo" (INNIS, 1995, p. 33, tradução nossa) e "o monopólio do conhecimento circulando em torno da imprensa trouxe um fim à obsessão com o espaço e à negligência com problemas

---

6 Boa parte das produções de teoria da comunicação norte-americana no alvorecer e durante a primeira metade do século XX conviveram com fluxos migratórios massivos vindos de diversas partes do globo, ecoavam a ideia de uma sociedade orgânica e sugeriam políticas públicas de controle e direcionamento da ansiedade (CAREY, 2009) voltadas à integração do imigrante a essa sociedade. Para uma abordagem rica e interessante desse processo, Cf. GANS, 1967.

relativos à continuidade e ao tempo" (INNIS, 1995, p. 60, tradução nossa). A descentralização causada pelo caráter regional dos jornais e seu viés (*bias*) baseado no tempo dariam lugar, novamente, à ênfase na centralização e ao retorno da preocupação com a continuidade após o advento do rádio (INNIS, 1995).

Somadas às de McLuhan, as reflexões de Innis compõem outra linha da tradição de pesquisas em comunicação que também se debruçou sobre conceitos que relacionam Comunicação, Cultura e Espaço sob as lentes do desenvolvimento tecnológico. À semelhança de Flusser e Carey, os contrutos encontrados nessa corrente também utilizavam como suporte para suas formulações uma visão da comunicação enquanto ritual, ao situar suas análises nas ambiências geradas pela criação e o uso de novas tecnologias de comunicação. A relação íntima das reflexões de Flusser com a forma como lidamos com o espaço – bem como a divisão que o autor realiza entre Pré-história, história e Pós-história – serão retomadas mais adiante e tensionadas com as proposições da Escola Canadense.

### **Contribuições da “Escola Canadense”**

Inaugurada por Harold Adams Innis, a "escola" que não chegou a conformar uma teoria encontrou nos conceitos e concepções de Marshall McLuhan sua maior expressão. Em *Visão, Som e Fúria*, McLuhan aponta alguns dos principais conceitos que comporiam o conjunto de sua obra. Publicado em 1954, o artigo antecipa vários dos argumentos que sustenta em suas produções, tais como a predominância (ou uma relevância pronunciada) do meio sobre a mensagem no processo comunicativo; o declínio do nacionalismo e a “retribalização” do mundo, que o transformou numa “Aldeia Global”; e as reflexões em torno da cultura livresca e a mecanização crescente dos sentidos e da percepção humana pelos meios. Por diversas vezes ao longo do artigo, McLuhan demonstra exemplos de como o avanço técnico em si – ou seja, o meio/tecnologia – e não a mensagem que veicula, implica na criação de novos contextos.

Em boa parte de toda a sua produção, o autor repete, reiteradamente, com vistas à derrubar o argumento de que a mensagem tem mais relevância para o processo comunicacional do que o meio em si, que os efeitos de uma nova tecnologia, toda vez que ela surge, se fazem ver nas “relações entre os sentidos e nas estruturas de percepção humana” (MCLUHAN, 2007, p. 34). Assim, as mudanças sociais são causadas pelos novos contextos



sociais que um novo meio produz. Em uma palestra proferida na Universidade do Sul da Flórida, em Tampa, 1974, McLuhan explicou o que entendia por seu famoso aforismo, “o meio é a mensagem”: “Significa um ambiente de serviços criado por uma inovação, e o ambiente de serviços é o que muda as pessoas. É o ambiente que muda as pessoas, e não a tecnologia” (MCLUHAN *apud* STAINES & MCLUHAN, 2005, p. 267).

Parte do esforço de McLuhan em deixar clara essa distinção parece vir das possibilidades positivas que a automação dos criticados meios elétricos trariam à humanidade, evitando o isolamento e o intimismo que caracterizavam o homem da cultura livresca. Esse último, por ser “pontual e produtivo” e dono de uma “racionalidade limitadora”, além de submeter-se a “horários, listas de pesos e medidas, à instrução formal e às normas técnicas” (TEMER, 2009, p. 116), guarda forte relação com o processo histórico de construção da categoria subjetiva de “indivíduo” (MANCEBO, 2002) – embora McLuhan não o situe especificamente nestes termos –, em oposição ao espírito de comunidade compartilhado pelo homem pré-Gutenberg (MCLUHAN, 1977; 2007).

Dada a influência fundamental do meio sobre a formação das mensagens circulantes em uma sociedade e o seu papel decisivo na articulação de novas estruturas de percepção, “abre-se a McLuhan o caminho para estudar a História moderna – ou a História toda – em função das mudanças básicas nos meios de comunicação” (COHN, 1987, p. 365). Em *A Galáxia de Gutenberg*, McLuhan (1977) expõe como a cultura do livro rompeu com a tradição oral de comunicação, caracterizada pelo debate público aberto.

A figura do leitor público, que geralmente comunicava decisões/projetos/feitos/notícias do Estado instituído (ou que se queria instituir), persistiu desde as leituras realizadas nas praças da Roma antiga até as interpretações comunicadas pelos *sans-culotes* letrados a grupos de analfabetos em tavernas escuras. A cultura do livro tornaria as informações “portáteis” e pessoais, e ao mesmo tempo internalizadas e contidas no sujeito, em oposição à liberdade com que a oralidade fazia-lhes habitar o espaço comum e ser passíveis de captura pelos ouvidos alheios. Assim, o advento do livro impresso “criou o estudante solitário. Estabeleceu o predomínio da interpretação particular sobre o debate público. [...] Criou uma cultura altamente abstrata porque ele mesmo era uma forma mecanizada de cultura (MCLUHAN, 1990, p. 154)”.

A prensa de Guttenberg, cuja primeira impressão teria sido uma página da Bíblia, já anunciava a derrocada da palavra de Deus como manipulável apenas pelos sacerdotes, dando

recursos ao surgimento do livro em alemão da igreja que Martinho Lutero fundaria. A passagem do texto manuscrito para os tipos móveis, engendraria, de uma só vez, a construção de várias universidades, com o advento da cultura letrada; o reforço do nacionalismo, com a impressão de títulos em línguas vernáculas; a criação de uma atmosfera de intimismo e internalização das informações; e o surgimento da imprensa, que ajudou a dar forma a todos esses processos (MCLUHAN, 1977).

McLuhan aponta a cultura livresca como a responsável por não nos deixar enxergar as possibilidades criadas pelos meios que sucederam o livro. É ela quem estaria nos fazendo julgar a imprensa, o rádio e a televisão por meio dos conteúdos que veiculam, e não pelo trânsito de significados que promovem (MARTINO, 2008) ou as transformações que causam enquanto veículos que são (MCLUHAN, 1990). A cultura do livro teria criado um sentido de linearidade e visualidade para a razão que os novos meios<sup>7</sup> não acomodavam, o que os tornava, segundo McLuhan, alvo das críticas de autores que os liam não pelo que eram em si (meios), mas pelas mensagens que produziam.

Sobre a imprensa, McLuhan (1990) afirma que apesar de os jornais estimularem o nacionalismo, uma vez que é essa alternativa que rende mais aos editores, o jornal, com tópicos sobre fatos e culturas do mundo inteiro, também é internacional, por sua própria estrutura. É como se a página do periódico fosse um recorte, uma lâmina seccional do globo terrestre, provendo acesso a todo e qualquer espaço do globo. O rádio, o cinema e a televisão aumentaram a sensação de presença instantânea em qualquer lugar e a qualquer momento, tornando sons e imagens que ocorriam a quilômetros muito mais próximas de quem tinha acesso a esses meios. A perspectiva se distancia da maior parte das produções precedentes em Teoria da Comunicação, que nunca depositaram sobre o meio o centro de suas análises (cf. TEMER, 2009).

Esses novos meios, portanto, rompem com o predomínio do sentido da visão (MCLUHAN, 1990; 2007) trazendo de volta o uso intensivo da oralidade das tribos e a noção de espaço comum e compartilhado, com a diferença de que esse espaço não é mais, tão somente, uma praça, mas um planeta que “agora dá a impressão de um bairro que a gente

---

7 McLuhan não chega a definir, nas obras consultadas, o que exatamente entende por novos meios. O que a leitura de seus textos transparece é que esse grupo de tecnologias de comunicação e informação abrange todos as tecnologias que sucederam os anos de domínio da cultura livresca, a saber: o rádio, o telégrafo, o cinema, a televisão, as histórias em quadrinhos (McLuhan chega a mencionar o termo “computador” em várias passagens de suas obras, mas não viveu para assistir ao espraiamento da internet pelo mundo, nem ao surgimento do celular).

pode percorrer numa caminhada” (MCLUHAN, 2007, p. 219). E é precisamente essa a ideia de “Aldeia Global”. Estaríamos, nesse sentido, vivendo a “retribalização” dos sentidos e da percepção humanas.

[...] a aceleração da era eletrônica é tão destrutiva para o homem ocidental letrado e linear quanto o foram as vias de papel romanas para as aldeias tribais. A aceleração de hoje não é uma lenta explosão centrífuga do centro para as margens, mas uma implosão imediata e uma interfusão do espaço e das funções. Nossa civilização especializada e fragmentada baseada na estrutura centro-margem, subitamente está experimentando uma reunificação instantânea de todas as suas partes mecanizadas num todo orgânico. Este é o mundo novo da aldeia global (MCLUHAN, 2007, p. 111-112).

Instâncias simbólicas próprias às tribos, como os mitos, fazem parte da modernidade observada por McLuhan, que enxergou na eletricidade, “o meio sem mensagem” a metáfora perfeita para o seu postulado máximo; de que há diferença entre a “*forma* (sistema midiático) e o *conteúdo* (fluxo das mensagens)” (MARTINO, 2008, p. 144), sendo a primeira mais importante na análise do processo comunicativo. Diferente dos outros meios que, ao mecanizarem os sentidos e instrumentos de percepção humanos (MCLUHAN, 1990; 2007), fragmentam o homem, a “[...] a velocidade instantânea da eletricidade confere dimensão mítica a todas as corriqueiras ações sociais e industriais de hoje. Nós vivemos miticamente, mas continuamos a pensar fragmentariamente e em planos separados” (MCLUHAN, 2007, p. 40-41).

O resultado, observava McLuhan, era uma tentativa de evitar a (re)tribalização em curso, que lutava contra a individuação da cultura letrada e fragmentada com que a velocidade e a aceleração da eletricidade se depararam. Portanto, “o individualismo fragmentado, letrado e visual não tem mais lugar numa sociedade que implode, eletricamente estruturada” (MCLUHAN, 2007, p. 70). O advento da eletricidade é o prenúncio do fim da Era mecânica, em que ação e reação não podiam ser percebidos quase que simultaneamente, e o homem fragmentado podia “levar a cabo as mais perigosas operações sociais com a mais completa isenção” (MCLUHAN, 2007, p. 18).

Assim como a roupa é uma extensão da pele ou a roda uma extensão dos pés em rotação, a eletricidade é a extensão do sistema nervoso humano, cujo “conteúdo” circulante é a informação pura (MCLUHAN, 2007). Por essa razão, convida os homens de seu tempo ao envolvimento, à expressão integral e simultânea de seus sentidos, em oposição à

fragmentação da cultura livresca; responsável, de um lado, pela possibilidade de um cirurgião não se envolver emocionalmente numa intervenção e, ao mesmo tempo, pela possibilidade de manter negros e adolescentes, por exemplo, em domínios diferentes daquele ocupado pelos demais (MCLUHAN, 2007). Assim, se os meios da Era mecânica reproduzem a fragmentação que provocam nos indivíduos no contexto social – estendendo, portanto, o que compõe a natureza do próprio homem ao ambiente – os meios eletro-eletrônicos induzem a integração, o contato, o envolvimento. Nesse sentido, os meios elétricos pavimentam o caminho para a última extensão do humano; a da própria consciência.

Numa clara crítica ao modelo atomista de análise de algumas escolas de teoria da Comunicação – tais como o paradigma da Teoria Hipodérmica ou da Teoria Matemática da Comunicação, que levavam em conta tão somente uma suposta recepção passiva de mensagens veiculadas pelos meios (TEMER, 2009) – o autor elege como apenas uma questão de “bom senso” não desconsiderar o contexto criado por um canal de comunicação, uma vez que “a mensagem codificada não pode ser considerada uma simples cápsula ou pílula produzida de um lado e consumida do outro. A comunicação é comunicação em toda a linha” (MCLUHAN, 1990, p. 161). Advém daí o apontamento de “pontos de consciência coletivos”, gerados pela televisão e pelo cinema, por exemplo. O autor classifica personalidades criadas por esses meios como “tipos de vida coletiva sentidos e percebidos por um meio de massa” (MCLUHAN, 1990, p. 161).

Dentre as personalidades mencionadas pelo canadense, estão incluídos Marilyn Monroe e o Pato Donald. Divergindo bastante de sua visão, a Escola de Frankfurt enxergava em Hollywood e em todos os animais simpáticos de Walt Disney tão somente ícones da chamada indústria cultural: “Assim como o Pato Donald nos cartoons, assim também os desgraçados na vida real recebem a sua sova para que os espectadores possam se acostumar com a que eles próprios recebem” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 114). Mesmo assim, o discurso de McLuhan quanto aos novos meios não é meramente laudatório. O autor chega a afirmar que “para uma cultura altamente mecanizada e letrada, o cinema surgiu como um mundo de ilusões triunfantes e de sonhos que o dinheiro podia comprar” (MCLUHAN, 2007, p. 27).

Sua primeira grande obra, *The Mechanical Bride* – em que se dedicou, prioritariamente, a uma análise da propaganda de seu tempo – contém um núcleo duro de pensamento que parece alinhado inclusive com a ideia frankfurtiana de “indústria cultural”.

Ali, o canadense intui que o mundo da propaganda intenta entrar na mente pública com o objetivo de manipulá-la e controlá-la, gerando sujeitos inconscientes sobre os motivos de sua aparente felicidade. Em *Visão, Som e Fúria*, o autor demonstra como seu próprio olhar, à semelhança dos que teciam críticas à imprensa, ao rádio e à televisão, fora dominado pelos sentidos e percepções desenvolvidos com a cultura livresca. A partir daí, desenvolve argumentos que guiariam o conjunto de seu trabalho numa direção oposta, valorizando a inovação técnica e dando aos novos meios que se sucederam ao livro o papel de promotores de novos contextos sociais (MCLUHAN, 1990).

Boa parte do que discute em seus escritos nem sempre baseia-se em teorias ou textos acadêmicos. A tese sobre os meios quentes e meios frios, por exemplo, “não se baseia em teorias, mas na experiência imediata” (MCLUHAN, 2007, p. 10). De acordo com McLuhan (2007), o que torna um meio “quente” é a intensificação de um único sentido humano, fazendo a percepção operar com alta saturação de dados. Uma fotografia, nesse sentido, seria um meio quente, em oposição à caricatura que, com menos informação visual, é um meio “frio”.

Outra característica que distingue as duas categorias é o quanto o meio em questão deixa algo a ser preenchido pela audiência ou por quem o utiliza. Dessa forma, o rádio, na pretensão de transmitir informação precisa e detalhada, é quente em comparação com o telefone, meio “frio”, que fornece uma única linha de “magra” informação. Da mesma maneira, o cinema é um meio quente em oposição à televisão, meio “frio” com informações que só ganham significado com a complementação que a audiência pode fornecer. Os usos que se fazem de um ou de outro, bem como os efeitos que causam, são necessariamente distintos (MCLUHAN, 2007).

McLuhan chega a dizer que o uso de meios quentes, como o cinema, seguido de meios frios, como a televisão, causa um esfriamento que, “para muita gente, [...] redundando num perpétuo estado de rigor mortis psíquico, ou de sonambulismo, particularmente notável em períodos de novas tecnologias” (MCLUHAN, 2007, p. 40).

Ao final de *Visão, Som e Fúria*, McLuhan coloca a necessidade de se proteger não os valores da cultura livresca, mas os valores humanos, num patente convite à exploração das possibilidades criadas pelos meios não-mecânicos. A observação do conjunto de sua obra faz-nos perceber que, como ele mesmo aponta, há uma preocupação em fazer conhecer melhor a natureza dos meios (MCLUHAN, 2007) – que passa praticamente como invisível nas análises

de escolas precedentes (TEMER, 2009) – para que possamos controlá-los melhor e fazê-los úteis; o que não deixa de ser, em última análise, uma aproximação com teorias da comunicação que fazem um uso funcionalista da Comunicação, como a Escola de Chicago (TEMER, 2009).

Tido como o principal expoente da Escola Canadense, Marshall McLuhan deve muito de seus construtos teóricos ao pioneiro Harold Adams Innis, autor da Teoria da Matéria Prima (TEMER, 2009; MARTINO, 2008). Innis traçou pelo menos três dos princípios que o colega e conterrâneo transformado em celebridade usou para sustentar seus argumentos. Além de dar a McLuhan a massa com que moldou o conceito de Aldeia Global, Innis também é o responsável pela formulação do chamado “determinismo tecnológico” que caracteriza o pensamento de McLuhan, uma vez que via a tecnologia como agente de transformação social, sobretudo quando ligada à comunicação (MARTINO, 2008); ou, como coloca McLuhan,

A concepção dele era de que qualquer mudança na manipulação da comunicação de informações está fadada a causar um grande reajustamento de todos os padrões sociais, dos padrões educacionais, das fontes e das condições de poder político (MCLUHAN *apud* STAINES & MCLUHAN, 2005, p. 66).

Na obra que o consagrou como autor, McLuhan faz uma referência direta à Innis, quando transpõe o raciocínio sobre a dependência de uma economia ligada a determinadas matérias-primas para o domínio da comunicação:

A ênfase em certas matérias-primas básicas é responsável pela extrema instabilidade da economia, mas também pela maior capacidade de resistência da população. [...] Uma sociedade configurada segundo o apoio que lhe fornecem alguns poucos bens tende a aceitá-los como liames ou elos sociais, tal como a metrópole em relação à imprensa. O algodão e o petróleo, como o rádio e a televisão, tornam-se “tributos fixos” para a inteira vida psíquica da comunidade. É este fato que, permeando uma sociedade, lhe confere aquele peculiar sabor cultural. Cada produto que molda uma sociedade acaba por transpirar em todos e por todos os seus sentidos (MCLUHAN, 2007, p. 37).

Além da apropriação da Teoria da Matéria Prima (TEMER, 2009), ainda é possível perceber, no mesmo trecho, a apropriação do pensamento de Innis ao utilizar o princípio da tecnologia como principal força de transformação social para interpretar o curso da História. De forma análoga às produções do colega, McLuhan confere ao surgimento da escrita a possibilidade da comunicação deslocar-se e perpetuar-se no tempo e no espaço. Da mesma

forma, as reflexões sobre o nacionalismo que a prensa de Guttenberg e a imprensa engendraram em oposição ao tribalismo também vieram das produções do colega.

As raízes do pensamento mcluhaniano expostas aqui fazem as palavras do próprio McLuhan soarem mais lúcidas, quando classifica seu primeiro grande trabalho, *A Galáxia de Guttenberg*, como “uma nota de rodapé à obra de Harold Innis” (MCLUHAN *apud* STAINES & MCLUHAN, 2005, p. 14).

A influência de Innis é tal que Levinson (2000) o chama de “mentor” de McLuhan, apesar de os dois terem sido colegas de trabalho. Conforme Martino (2008), também parece vinda de Innis a falta de estabelecimento de limites claros entre objetos que servem de suporte à comunicação humana, como o papel ou a pedra, e meios de comunicação dotados de capacidade de construção e mediação simbólica, como o rádio e a televisão. Essa amplificação do conceito de meios de comunicação pode ser constatada na maior parte da produção de McLuhan (conferir MCLUHAN, 1977; 1990; 2007), e é tomada por Martino (2008) como uma interpretação equivocada do trabalho de Innis por McLuhan.

Ainda sobre Innis, parece vinda dele a associação entre o advento de novas tecnologias de comunicação e a criação de novas ambiências. Como já mencionamos nesse trabalho, o economista considera que um meio de comunicação tem uma influência fundamental na disseminação do conhecimento através do espaço ou ao longo dos anos. “*Space-binding media* são leves e portáteis e permitem a extensão no espaço; *time-binding media* são pesados e duráveis ou, como a tradição oral, persistentes e difíceis de se destruir” – nessa configuração, portanto, “estruturas da consciência paralelizam com estruturas da comunicação” (CAREY, 2009, p. 123). Carey (2009) aponta que Innis nutre certo apreço pela comunicação oral não só em função do caráter de continuidade e memória que carrega e gera potencial para a vida pública – à semelhança das cidades-estado da Grécia Antiga – mas também porque ela não pode ser facilmente monopolizada.

Outra grande influência para a obra de McLuhan é o padre católico francês Pierre Teilhard de Chardin. Tom Wolfe afirma que McLuhan nunca assumiu publicamente a herança intelectual do religioso, mesmo que o canadense fosse sabidamente católico (STAINES & MCLUHAN, 2005). Segundo Wolfe (2005), Teilhard imaginou a tecnologia como capaz de prover um grande sistema nervoso comum para a humanidade, que ele chamava de “noosfera”; o avanço tecnológico (o teórico, ainda na década de 50, menciona até mesmo os computadores), ao estender-se a toda humanidade, criaria as bases para a constituição de uma

única “grande civilização” – a Aldeia Global de McLuhan. Wolfe (2005) ainda atribui a Teilhard o argumento mais recorrente nos trabalhos de McLuhan:

Podemos pensar, escreveu Teilhard, que “essas tecnologias são totalmente artificiais e completamente “exteriores aos nossos corpos”, mas na verdade elas são parte da evolução “natural, profunda”, do nosso sistema nervoso. “Podemos pensar que estamos nos divertindo” ao usá-las, ou apenas desenvolvendo o nosso comércio, ou apenas propagando ideias. Na realidade, o que estamos fazendo é nada menos do que continuar num plano superior, por outros meios, a obra da evolução biológica”. Ou, para dizer de outro modo, “o meio é a mensagem” (WOLFE in STAINES & MCLUHAN, 2005, p. 18).

Ainda no mesmo excerto, é possível observar a herança direta de McLuhan do pensamento do religioso francês no desenvolvimento de seu postulado sobre os meios como extensão do homem, já que os considerava uma evolução natural e profunda das partes e sentidos do corpo humano (MCLUHAN, 2007). Também é possível notar, nas várias citações que faz do literato Wyndham Lewis, a adoção de ideias de vários autores ligados à literatura. Particularmente em Wyndham, McLuhan interessou-se pela proposição de que o cinema, o rádio e até as histórias em quadrinhos inauguravam uma nova linguagem. Nicola (2007) atribui ao próprio Lewis, nas páginas de *América e o homem cósmico*, de 1948, o cunho do termo “Aldeia Global”.

### **A Escalada da Abstração e as Imagens Técnicas**

Tal como McLuhan, Flusser também considera duas variáveis importantes no processo comunicacional; o meio e a mensagem – ou nos termos do autor, “semântica” e “sintaxe” (FLUSSER, 2002; 2007). Com o intuito de superar uma divisão simplista das formas de se comunicar entre diálogo e discurso, Flusser propõe que os discursos variam entre si de acordo com a natureza da mensagem que desejam transmitir e o suporte formal com que o fazem. Um pai que conta uma história ao filho se diferenciaria do ato de assistir a um filme no cinema não só pelo suporte, a estrutura formal por onde navega a mensagem, mas também pelo que efetivamente compõe o conteúdo da história do pai ou a narrativa fílmica.

Apesar de lembrar os construtos de McLuhan ao defender a influência fundamental da forma sobre o conteúdo, Flusser infere que a via oposta, onde o conteúdo determina o meio



em que será veiculada a mensagem, também ocorre de maneira simultânea. Dessa forma, o filósofo admite que a forma condiciona o conteúdo, “embora 'o meio não tenha que ser necessariamente a mensagem” (FLUSSER, 2007, p. 100). Mesmo assim, os pontos de contato entre a produção dos dois autores parece guardar mais similaridades do que diferenças. A semelhança mais evidente parece ser a de situar a evolução dos meios de comunicação – ou as transformações no processo comunicacional ao longo dos anos – como um motor de mudança na forma de o homem existir e interagir com o mundo.

Nossa breve exposição e os excertos reproduzidos deixam claro que a ideia de comunicação de Flusser envolve necessariamente o trânsito de informação entre dois seres capazes de compreendê-la – e o único apto a esse feito seria, na sua interpretação, o animal humano. Esse último, no entanto, não utilizou sempre os mesmos suportes materiais para o exercício da comunicação; os *meios* de que nos utilizamos ao longo da história para *armazenar, processar e transmitir* informação variaram enormemente ao longo dos séculos e mudaram nossa forma de interagir com o mundo e entre nós mesmos. O surgimento de novas tecnologias ou mudanças pontuais na forma como estruturamos o mundo da segunda natureza conformou certos períodos de tempo em que podiam se observar o uso predominante de suportes específicos para a comunicação em detrimento de outros. As passagens entre esses períodos são entendidas por Flusser como as três grandes “catástrofes”<sup>8</sup>, que nos fizeram avançar no que o filósofo chama de “escalada da abstração” (BAITELLO, 2006).

Nesse modelo, a comunicação se daria em níveis de uso dos sentidos e dos suportes que os representam ou transportam, delimitando a comunicação tridimensional (aquela realizada com o corpo e seus sentidos), bidimensional (feita através de imagens e sinais gráficos), unidimensional (produzida sobre as linhas; representações pictóricas como a escrita) e nulodimensional (relativa aos números e códigos binários dos dispositivos). É importante notar que embora Flusser associe essas dimensões às transformações que ocorreram na comunicação humana ao longo da História – numa escala que vai dos grunhidos dos neandertais à fala de um avatar em um jogo de videogame –, não se sugere que uma dimensão substitua a outra (FLUSSER, 2007; MENEZES, 2009).

As transformações listadas por esse processo têm relação íntima com a forma como

---

8 Flusser apresentou sua teorização sobre as catástrofes humanas pela primeira vez em um dos “Seminários do Celeiro” (*Internationale Kornhaus Seminare*), entre 1984 e 1993, na pequena aldeia de Weiler, nos Alpes Alemães (Cf. BAITELLO, 2006). Referências à ideia das catástrofes podem ser encontradas em diversos ensaios e publicações de sua autoria (Cf. FLUSSER, 1985; 2002; 2007).

interagimos com o espaço e os objetos que estão nele. Na primeira catástrofe, a “hominização”, o homem cria ferramentas de pedra e, na condição de nômade, apreende os significados que cria para o mundo pelo caminhar, com o uso dos sentidos expressos e recebidos pelo corpo (FLUSSER, 2002, 2007; BAITELLO, 2006); impera aqui a tridimensionalidade da comunicação. Embora Flusser faça referência à pré-história e à vida em cavernas quando se refere a esse período, o filósofo não chega a destacar um fato específico ou um marco bem determinado na História que defina o início/o fim de um destes ciclos, justamente porque as características de um podem ser replicadas em outro.

A segunda catástrofe, a “civilização”, ocorre quando os humanos passam a fixar-se na terra e possuir *coisas*. Nesse estágio – embora a palavra possa dar um sentido de “evolução”, não é exatamente nesses termos que Flusser situa a explicação –, criam-se a escrita e as imagens tradicionais, e o homem, sem deslocar-se, passa a significar e apreender o mundo pela mediação desses suportes (Cf. FLUSSER, 2002; 2007; BAITELLO, 2006). É o período em que predominam a comunicação unidimensional e bidimensional, ou seja, aquela realizada através de linhas e superfícies; se estabelece a leitura histórica e linear do mundo, em paralelo com a habilidade de decompô-lo em partes e ordenar sua apreensão (FLUSSER, 2002; 2007).

A terceira catástrofe, sem nome e ainda em curso, ocorre quando as casas tornam-se inabitáveis, pois por todos os lados entra o vento da informação, “com suas imagens técnicas, transmitidas pelas tomadas de eletricidade” (BAITELLO, 2006, p. 3). Predomina aqui a nulodimensão, onde as imagens técnicas ganham relevância, geradas por algoritmos e códigos binários da televisão ou, avançando no tempo, do computador e seus dispositivos derivados. As *coisas* perdem valor, e vê-se surgir um novo tipo de coisa: o “inobjeto”, ou as “*não-coisas*”, compostas de informação pura e desprovida de matéria (FLUSSER, 2006; 2007). Nessa configuração, retorna a figura do homem nômade – mas que se move agora a partir das imagens técnicas e simulações; é seu espírito, sua consciência quem se move, fazendo-o viajar por todo o mundo sem que precise se levantar do sofá, por exemplo.

A passagem da segunda para a terceira catástrofe, particularmente, guarda um significado mais pronunciado, uma vez que ainda estamos nos acostumando, segundo Flusser (2006; 2007), com a natureza da nulodimensão. Essa transição, no entanto, e como já afirmamos aqui, não implica a substituição de uma forma de significar/apreender o mundo por outra. A fim de compreender melhor essa transição, é preciso destacar certos aspectos de nossa apreensão do mundo realizada pela mediação dos meios unidimensionais e

bidimensionais ou, nos termos de Flusser, pelas linhas e superfícies, respectivamente.

O homem que lidava com o mundo e com outros homens só e diretamente por meio dos sentidos passou a utilizar um suporte para mediar a relação com a realidade e com o outro quando começou a colorir as paredes das cavernas. As pinturas rupestres são o primeiro passo do homem no domínio bidimensional, onde se faz uso das imagens para que o homem se afaste do mundo e possa enxergá-lo como uma cena, como na representação que faz uma pintura (FLUSSER, 1990). Portanto, ao representar o mundo, as imagens tornam-o apreensível ao mesmo tempo em que nos fazem distantes dele; elas podem nos revelar coisas sobre ele, mas escondendo sua verdadeira natureza (FLUSSER, 1990; 2007). Esse modo de significar/interpretar o mundo tornaria-se cada vez mais sofisticado e ganharia novos contornos sob a forma de *superfícies* diversas – durante o processo, se assiste também ao nascimento, desenvolvimento e emudecimento gradual da unidimensão, sustentada pela criação/interpretação baseada nas *linhas*.

Para Flusser (1983; 2006; 2007), a criação da escrita, de uma só vez, rompeu com a entropia das informações característica do mundo da natureza, disciplinou um modo de *informar* ligado à linearidade e criou para a humanidade o sentido de História. A invenção da escrita alfabética é vista como um marco a partir do qual “o pensamento ocidental começou a ser articulado” (FLUSSER, 2007, p. 102). Os fatos mencionados, fortemente imbricados, estão ligados à escrita e leitura da realidade sob a ótica das *linhas*; que representam o mundo dispondo-o no papel sob a forma de um *processo*, ordenando pontos que guardam algum significado e que constroem sentido se lidos em sucessão (Cf. FLUSSER, 2007). Essa estrutura encontrou diversas formas de manifestar-se ao longo dos séculos, e a apreensão unidimensional do mundo floresceu durante esse processo – mas as linhas já não são tão importantes para as massas quanto as superfícies, e já “não necessitamos de profetas para saber que o 'homem unidimensional' está desaparecendo” (FLUSSER, 2007, p. 103).

Essa perspectiva parece guardar forte similaridade com a de “cultura livresca”, cunhada por McLuhan. Como já demonstramos aqui, o autor canadense defendia que o advento dos tipos móveis e a prensa de Guttenberg criaram um novo universo para as expressões humanas; um “novo contexto” que introduziu na vida social um sentido de linearidade para as coisas e os fatos, a individualização e a mecanização dos sentidos. Esses últimos teriam sido responsáveis por extirpar as práticas ditas “tribais” – aquelas sustentadas num senso de comunidade, de uso pleno dos sentidos (sem conceder privilégio extremo à

visão) e de redes com ações desencadeadas de forma descontínua e simultânea –, mas sua derrocada frente ao advento dos “meios elétricos” permitiria que a humanidade retornasse a um estado semelhante, conformando a “Aldeia Global” (Cf. MCLUHAN, 1977; 1990; 2007).

Dessa forma, a interpretação do pensador canadense tem grandes semelhanças com o entendimento de Flusser quanto à nossa relação com o mundo. Antes, os humanos utilizavam-se do nomadismo e dos sentidos da tridimensionalidade para apreendê-lo e significá-lo; com a segunda catástrofe, fixos na terra, passam a utilizar-se dos meios uni e bidimensionais para fazê-lo; e na mudança em processo, nos utilizamos de uma nova espécie de nomadismo, com o domínio e uso intensivo de aparatos capazes de operar (n)a nulodimensão (Cf. FLUSSER, 2006; 2007; 2008). É possível delinear, tanto na linha de pensamento de Flusser quanto de McLuhan, um movimento de retorno a aspectos ancestrais de convivência na contemporaneidade; uma retribalização das formas de interação com o mundo e com o outro que teve início há pelo menos 60 anos<sup>9</sup>.

Porém, antes mesmo dessa comparação, é necessário destacar que tanto Flusser quanto McLuhan situam as mudanças que ocorrem no domínio da Comunicação como o motor criador de novos contextos. Ambos observam com muita atenção o surgimento e o desenvolvimento de tecnologias criadas para *mediar* a relação do homem com o mundo; e parece ser justamente esse o papel dos instrumentos de pedra, das linhas, superfícies e imagens técnicas – para usar termos de Flusser – ou, dito de outra forma, essas mudanças podem ser creditadas ao uso dos sentidos do homem e todas as suas extensões – para seguir a direção de McLuhan. No entanto, os dois pensadores partem de pontos bastante diferentes: enquanto McLuhan procura tratar dos meios em geral, Flusser se debruça sobre os códigos de comunicação.

Para Canán (2008), os dois autores inauguram um novo paradigma teórico nos estudos sobre a mente (ou a consciência). Diferente da orientação tradicional que opõe mente e corpo, ou da perspectiva que tem como foco os sistemas simbólicos, sob a forma da narratologia ou da semiótica, Flusser e McLuhan aproximam-se do modelo *mediático*, que procura identificar na mente humana uma estrutura que reflita o desenvolvimento tecnológico ao longo dos séculos (CANÁN, 2008). Sob esse aspecto, Canán (2008) defende que a principal semelhança

---

9 Considera-se aqui o tempo decorrido desde a publicação por McLuhan de *Visão, Som e Fúria* em 1954, bem como os diversos textos de Flusser que fazem referência à ideia de retorno a formas contemporâneas de apreensão do mundo pautadas no nomadismo. As edições originais dos textos/palestras do filósofo tcheco que se referem ao fato datam, em sua maioria, das décadas de 1970 e 80 (Cf. FLUSSER, 1983; 2006; 2007; 2008; BAITELLO, 2006).

entre as duas linhas de pensamento é justamente a visão de distinguir três grandes eras da humanidade com base em transformações na comunicação.

Mais pontos de contato entre Flusser e McLuhan incluem a ideia de meios como extensões do homem (MCLUHAN, 2007) e a equivalência dos aparelhos eletrônicos ao sistema nervoso humano (WEISS, 2008). Sobre o primeiro, Flusser (1983; 2007) afirma que inventamos "peças" ou próteses para o corpo humano – tais como as alavancas, os carros ou as telas de computadores – para aperfeiçoar nossa experiência com o mundo; o filósofo vê o corpo humano como projeto sempre em modificação, um constante devir ao invés de algo acabado (FELINTO e SANTAELLA, 2012). A "prótese" da mente ou da consciência humana estaria representada nos termos de McLuhan (2007) pelos aparelhos eletrônicos; para Flusser, esses aparelhos operam de forma semelhante ao nosso Sistema Nervoso Central (SNC) e desempenhariam um papel fundamental na ideia de inteligência artificial (onde as máquinas adquirem faculdades humanas) ou na via oposta, da construção de superhumanos ou ciborgues (o humano assume características maquímicas) (FELINTO e SANTAELLA, 2012).

Outro ponto comum entre os dois autores diz respeito ao mais difundido construto de McLuhan; o de que o meio é a mensagem. Para Flusser, mensagens são “imperativos, desejos, questões – nos programam para agir e pensar de uma certa maneira”, enquanto os *media* são os “carros, telefones, imagens, textos – nos programam e determinam o modo como vivemos”. Portanto, os meios são as mensagens, “porque os meios condicionam nossa existência – incluindo nossa consciência” (CANÁN, 2008, p. 2, traduções nossas). É preciso reiterar, no entanto, que o filósofo tcheco parece entender o conceito de mensagem de forma mais restrita do que McLuhan.

Para Flusser, a propriedade física dos símbolos influencia de modo decisivo na configuração dos códigos – e essa influência é ainda maior do que aquela exercida pelo significado da mensagem:

A estrutura de uma mensagem reflete a característica física de seus símbolos mais do que a estrutura do universo que comunica. Isso explica a famosa afirmação de que “o meio é a mensagem”. Nós podemos distinguir, grosso modo, entre três tipos de estruturas. Aquelas que ordenam os símbolos em sequências lineares (estrutura diacrônica); aquelas que os ordenam em superfícies (sincrônicas planas); e aquelas que os ordenam no espaço (sincrônicas tridimensionais). Exemplos do primeiro tipo são línguas faladas e alfabetos; do segundo, os ideogramas chineses e a pintura; do terceiro, o teatro e a arquitetura [tradução nossa] (FLUSSER, 2002, p. 15)

As três estruturas ainda podem ser encontradas sob a forma de uma mistura, como na televisão, onde combinam-se a sincronia plana e tridimensional. Para Flusser, o problema relativo ao efeito da estrutura na mensagem está ligado à tradução entre os meios; pode uma mensagem veiculada em um livro ser transformada em um filme sem qualquer prejuízo à mensagem? Flusser defende que conhecemos e experienciamos o mundo – e agimos nele – dentro de certos limites impostos pelos códigos que utilizamos para *in-formá-lo*. Daí o seu alerta para que as teorias da comunicação atentem para o fato de que nosso "ser-no-mundo" pode ser mudado "se a estrutura de nossos códigos for modificada, e isso é importante não só para a compreensão de nossa situação, mas também por qualquer esforço em mudá-la [tradução nossa]" (FLUSSER, 2002, p. 16).

Assim, os primeiros mediadores da relação dos humanos com o mundo teriam sido os instrumentos de pedra. E os primeiros meios a mudar essa configuração teriam sua estrutura de códigos baseada na noção de "superfície"; estas serviam de suporte material aos desenhos nas cavernas, entalhes e afrescos em pedra e marcações diversas em todo tipo de tábua. Contudo, embora esse tipo de suporte tenha sobrevivido sob a forma de pinturas e outras expressões estéticas, a invenção da escrita, seguida séculos depois pelos tipos móveis e a prensa de Guttenberg, instituiu no pensamento ocidental o domínio da expressão linear e processual das "linhas". No entanto, notadamente com o advento do cinema, e mais recentemente, da televisão e dos computadores, as superfícies voltaram a ocupar um de lugar privilégio como suporte material de elaboração e transmissão da cultura.

Flusser (2002; 2007) advoga que as superfícies nunca foram tão importantes – entender como as utilizamos para mediar nossa relação com o mundo, por essa razão, também adquire uma relevância sem precedentes. Sobretudo porque, mesmo que elas sempre tenham existido e antecedido as linhas, sob a forma de "fotografias, pinturas, tapetes, vitrais e inscrições rupestres", "elas não equivaliam em quantidade nem em importância às superfícies que agora nos circundam" (FLUSSER, 2007, p. 102). Dessa forma, não era tão urgente que se entendesse "o papel que desempenhavam na vida humana"; e esse papel ainda hoje é incompreendido (FLUSSER, 2007, p. 102). Apesar de as superfícies nunca terem sido tão importantes e abundantes no mundo, predominando sobre as linhas, esse tipo de pensamento ainda não é consciente de sua própria estrutura: "Não temos uma lógica bidimensional comparável em rigor e elaboração à lógica aristotélica linear" (FLUSSER, 2002, p. 22).

Flusser apresenta três caminhos para tentar progredir na tarefa de compreender como

se processa nossa leitura das superfícies – ou de que forma representamos o mundo pelo pensamento em superfície. Essas vias de compreensão não são mutuamente excludentes, mas complementares, na medida em que podem ser encadeadas de forma sequencial, num raciocínio progressivo – algo próprio do pensamento expresso em linhas. De acordo com o filósofo, pode-se adequar o pensamento em superfície ao pensamento expresso em linhas (1); ou ainda tentar adequar o primeiro à "coisa" a que se refere (2); a exploração dessas duas perspectivas aponta para um futuro que Flusser denomina como uma "Pós-História" (3) (FLUSSER, 1983; 2007).

Sobre a primeira via de compreensão, Flusser defende que o pensamento em linha pode ser adequado àquele em superfície importando sua forma de criar conceitos para o mundo, "concebendo-o". O pensamento em linhas, inscrito na unidimensão, estrutura-se de forma linear, descrevendo o mundo numa sequência contínua de pontos (conceitos); "isso implica um estar-no-mundo histórico para aqueles que escrevem e que lêem esses escritos" (FLUSSER, 2007, p. 110). As superfícies, por sua vez, ao representarem o mundo por meio de imagens estáticas, não inscrevem o homem na História, num processo. Isso se dá, por exemplo, devido à diferença com que lemos um texto em um livro ou uma pintura em um quadro exposto.

No caso do livro, a leitura é realizada sob a forma de um processo: para conseguir comunicar a síntese das informações que estão no livro, o leitor deve armazenar e processar as informações de forma progressiva e linear, a fim de conseguir transmiti-las de forma inteligível sob a forma de um resumo. No caso de uma pintura ou uma fotografia, no entanto, a imagem estática é a própria síntese. A leitura que fazemos dela – ou na verdade, do mundo como ela o representa –, portanto, é orientada para a decomposição do conjunto de informações que a forma. Enquanto o pensamento em linhas percorre caminhos para chegar a algum lugar, o pensamento em superfície já está lá, e deve ser decomposto para traçar os caminhos que o formaram (FLUSSER, 2002; 2007):

a leitura de imagens é mais rápida porque o tempo necessário para que suas mensagens sejam recebidas é mais denso. Ela se abre em menos tempo. Se denominarmos o tempo envolvido na leitura de linhas escritas de 'tempo histórico', devemos designar o tempo envolvido na leitura de quadros com um nome diferente. Porque 'história' significa tentar chegar a algum lugar, mas ao observarmos pinturas não necessitamos ir a lugar algum. A prova disso é simples: demora muito mais tempo descrever por escrito o que alguém viu em uma pintura do que simplesmente vê-la (FLUSSER, 2007, p.

106).

Esse raciocínio parece se quebrar, no entanto, quando nos voltamos para a leitura de filmes. Apesar de serem compostos por imagens estáticas ordenadas de forma linear, a leitura de filmes é realizada através de telas, tal qual nas pinturas. Apesar de a história desenvolvida no filme e a sucessão de cenas se organizarem de forma linear, podemos ler as cenas de forma sucinta e instantânea, para depois analisar cada um de seus elementos ou conferir alguma ordem aos acontecimentos. A noção de "história" também se perde nestes meios, uma vez que a gravação de vídeos, a projeção de *slides* e até mesmo a possibilidade de avançar ou retroceder a reprodução em um já antiquado videocassete<sup>10</sup> permitem-nos manipular a história em uma grande escala. Além disso, a tela de cinema é uma projeção bidimensional; não podemos adentrá-la nem mesmo interagir com ela<sup>11</sup>; mas ao mesmo tempo, o fato de as imagens de um filme emitirem sons evocam a terceira dimensão (Cf. FLUSSER, 2002; 2007).

Por ainda serem muito novas, Flusser toma o cuidado de afirmar que ainda há muito por se descobrir sobre as imagens técnicas e a forma como ordenam nossa interação com o mundo e entre nós mesmos – contudo, é firme em dizer que "não aprendemos ainda como ler filmes e programas de TV. Ainda os lemos como se fossem linhas escritas e falhamos na qualidade de captar a qualidade de superfície inerente a eles" (FLUSSER, 2007, p. 108). O universo de imagens técnicas representado pelos programas de TV, pelo cinema e as tecnologias que daí derivam, portanto, parecem personificar a absorção do pensamento em linhas pelo pensamento em superfície. Ou evidenciar a (recém-adquirida) habilidade das superfícies de reproduzir o pensamento em linhas. Para além disso, a manipulação das imagens técnicas deixa claro o quanto nosso estar-no-mundo já não está inscrito no domínio da "história", mas sim além dela, uma vez que pode-se ordenar fatos ao sabor de comandos executados com um botão.

Uma segunda perspectiva para compreender o recente predomínio das superfícies

---

10 O filósofo utiliza avanços técnicos que hoje parecem triviais e ultrapassados – como o videocassete, o retroprojetor de slides – como exemplos para seus argumentos em várias passagens de seus textos (Cf. FLUSSER, 1983; 2002; 2007; 2008). Contudo, não se prende a determinada tecnologia utilizada nesses aparelhos para ilustrar suas dissertações, mas às possibilidades que eles trouxeram à época de seu advento. Os exemplos são sinais claros de que as mudanças a que Flusser se referia estão em curso já há várias décadas.

11 Flusser já havia se antecipado ao lançamento de “futuros filmes em três dimensões”, afirmando que estes ainda estariam no domínio da projeção bidimensional, já que “eles não vão introduzir a terceira dimensão: eles vão projetá-la, assim como fazem as pinturas quando se emprega a perspectiva” (FLUSSER, 2007, p. 109).



sobre as linhas na contemporaneidade – ou adequando o pensamento em superfície à "coisa" – , Flusser relaciona as imagens a uma melhor representação ou mediação das "coisas". E o que verifica, em linhas gerais, é que o pensamento em linhas tornou-se cada vez mais abstrato, afastando-se dos objetos e do papel de mediar a relação com eles, ao passo que o pensamento em superfície torna-se cada vez mais perfeito e próximo dos objetos; e justamente por isso também perde o seu sentido de representação e sua relação concreta com os mesmos.

O filósofo advoga que cada vez mais transformamos nossa relação com as coisas em vivências mediadas e, como consequência, perdemos nossa experiência imediata com as coisas. Tomando como exemplo "a informação genética, a guerra no Vietnã, as partículas alfa ou os seios da senhorita Bardot" (FLUSSER, 2007, p. 112), Flusser afirma que apesar de não termos nenhuma experiência imediata com essas coisas, são elas quem nos influenciam e determinam no presente. Contudo, como não as conhecemos de fato, as imagens que as representam tornam-se para nós as próprias coisas. Dessa forma, a existência real dessas coisas já não importa, e sim o fato de que determinam e influenciam nossas vidas (FLUSSER, 2002; 2007).

A dicotomia "Fatos X Ficção" cerca essa última observação, na medida em que já não parece possível ao homem que interage com imagens técnicas verificar a correspondência delas com os fatos ou as coisas que representam, considerando que esse homem tem cada vez menos experiência imediata com as coisas que vê na tela da TV ou do cinema. A ideia de um mundo concreto e tridimensional onde habitam os fatos que coexiste com um mundo da ficção expresso em linhas (unidimensão) e superfícies (bidimensão) habita vários dos escritos de Flusser (Cf. FLUSSER, 2002; 2007; 2008). A ficção "finge representar os fatos, substituindo-os e apontando para eles", e esse é o caso do exemplo da "pedra, sua fotografia e sua explicação em linhas" (FLUSSER, 2002, p. 27, tradução nossa). Isso só pode ser feito através de *símbolos*, que Flusser conceitua como "coisas que têm sido designadas por convenção como representativas de outras coisas. [...] As coisas que esses símbolos representam são seus significados" (FLUSSER, 2002, p. 28, tradução nossa).

A relação entre fatos e ficção, portanto, é determinada pela forma como os símbolos representam seus significados. E essa correspondência varia dependendo da estrutura de mídia utilizada. No caso das linhas, códigos objetivos e aprendidos de forma consciente, os fatos que significam são *concebidos*, ponto a ponto, por meio de *conceitos*. Esse tipo de correspondência com a realidade traduz-se numa compreensão "clara, objetiva e consciente"

dos fatos, apesar de limitar seu horizonte de representação justamente por ater-se a pontos e não ser flexibilizada por percepções distintas. Já nas superfícies, códigos subjetivos cuja leitura é predeterminada por convenções inconscientes, os fatos que significam são *imaginados*, e a mediação com o mundo é realizada de forma "ambivalente, subjetiva, inconsciente", mas de forma relativamente mais rica do que em mídias baseadas em linhas, dada a natureza das superfícies (Cf. FLUSSER, 2007, p. 112-115).

As duas estruturas de mídia e suas respectivas maneiras de nos apresentar o mundo engendram, de acordo com Flusser, a divisão entre uma cultura de massa – suportada numa maioria que se deixa inebriar pela ficção em superfície – e uma cultura de elite – moldada por aqueles que participam quase que somente da ficção linear. Como afirmamos há pouco, ambas as formas de ficção evoluíram até alienar o homem de seu senso de realidade. No caso das linhas, os conceitos que propõem adquiriram tal escala de clareza e objetividade que sua especificidade já não consegue comportar o todo do significado; sua relação com a coisa de que trata torna-se cada vez mais abstrata e, portanto, perde o sentido. Já as ficções em superfície têm se aperfeiçoado na tarefa de representar os fatos de forma tão perfeita – particularmente por meio das imagens técnicas – que já é tarefa árdua encontrar as diferenças entre representante e representado; sua relação de mediação com os fenômenos e as coisas, portanto, foi transformada numa de substituição, onde já não é possível dizer se a guerra do Vietnã é um fato ou "se os seios de Brigitte Bardot são reais" (FLUSSER, 2007, p. 117).

Mesmo que Flusser não se preocupe em detalhar a relação que a elite ou a massa desenvolvem com as ficções lineares ou em superfície, é possível notar certos aspectos em comum com a Teoria Crítica da Comunicação ou o que se conhece por "Escola de Frankfurt". Diferente do que propõe a mensagem essencial encontrada nos textos dessa escola, Flusser afirma que a alienação do senso de realidade é imprimida não só pela "cultura de massa", mas também pela de elite. De forma semelhante aos construtos de Adorno e os outros nomes de Frankfurt, o filósofo enxergava essa alienação como um dos sintomas de uma "crise" em processo – ora tida como passageira por representar um momento de transição, ora como uma revolução na forma como lidamos com o mundo e com os nossos iguais (Cf. FLUSSER, 1983; 2002; 2007).

A noção de massa e o comportamento dos indivíduos nas conformações da sociedade industrial foi estudada por pesquisadores como Scipio Sighele e fez emergir trabalhos como o célebre "A psicologia das multidões", de Gustave LeBon. Frequentemente referido como um

trabalho pioneiro (TEMER, 2005, p. 8), o livro de LeBon parece ter sido o primeiro a refletir sobre a perda de identidade na multidão – ou, como prefere José Ortega (2001), nas “aglomerações”. O filósofo espanhol nota, na década de 20 do século passado, que o número de pessoas no continente europeu praticamente não mudou depois da Grande Guerra; contudo, os teatros, hotéis, trens, cafés e passeios nunca estiveram tão cheios, e “o que antes não era problema, começa a sê-lo quase de contínuo: encontrar lugar” (ORTEGA, 2001, p. 59).

Para Ortega (2001), a mudança fundamental que explicaria as aglomerações foi o advento da forma social de “massa” – o “conjunto de pessoas não especialmente qualificadas” composto pelo “homem-médio”; aquele que “não se diferencia de outros homens, mas que repete em si um tipo genérico” (ORTEGA, 2001, p. 61-62). Diferente de pessoas que se reúnem em minorias por compartilharem uma “coincidência em não coincidir” com a maioria, a reunião de homens-médios não é necessária para se diagnosticar um comportamento de massa, uma vez que “massa é todo aquele que não se valoriza a si mesmo – no bem ou no mal – por razões especiais, mas que se sente 'como todo o mundo', e, entretanto, não se angustia, sente-se à vontade ao sentir-se idêntico aos demais” (ORTEGA, 2001, p. 63).

No ambiente descrito por Ortega (2001), a gestão dos espaços, a destinação de determinadas informações ou simplesmente o controle dos anseios de multidões passa a ser visto como algo importante. Assistimos, nos anos 20 do século passado, ao início da hegemonia da *mass communication research*, que exerceria grande influência nos estudos sobre comunicação pelo menos até os anos 60 (ARAÚJO *In* HOHLFELDT *et al*, 2007). Fora do território americano, outras teorias relevantes nasceram sob interpretações da obra de Karl Marx<sup>12</sup>. A Teoria Crítica, elaborada pela Escola de Frankfurt e com Theodor Adorno, Walter Benjamim e Max Horkheimer como seus principais expoentes, situava a comunicação num contexto de crítica ao capitalismo e à sua (então) mais nova ferramenta de alienação: a Indústria Cultural. Essa corrente se baseava, ainda, nos construtos de Freud e Nietzsche e nas reflexões sobre cultura da filosofia clássica para condenar, por exemplo, a destruição da “aura” da obra de arte e sua transformação em artigo reproduzível em larga escala para consumo por meio de sua reprodução técnica.

Theodor W. Adorno cunhou o conceito de "Indústria Cultural" em substituição ao já

---

12 No fundo, fazia parte dos anseios da Escola de Frankfurt adaptar sistematizações de Marx, como o esquema estrutura/superestrutura, para as novas realidades a que assistiam no pós-guerra dos anos 40 (RUDIGER *in* HOHLFELDT *et al*, 2007).

mencionado "cultura de massa". A diferenciação servia para separar as produções populares – chamadas de "arte inferior" por Adorno – do que é veiculado pelos *mass media*. Utilizando conteúdos adaptados de produções artísticas de diferentes "níveis" – vindas tanto das camadas mais favorecidas quanto desfavorecidas da população – a indústria representada por conglomerados de comunicação fazia estimular e reproduzir padrões de comportamento que alimentassem um ciclo de consumismo e transferência da "mediação do lucro às criações espirituais" (ADORNO *In* COHN, 1987, p. 288). A televisão seria o meio mais eficiente de ação da indústria cultural, por motivar na sociedade contemporânea, através de suas imagens, o desejo de "não mais ir além de si própria em suas formas de consciência, mas sim de reforçar tenazmente o *status quo* e, sempre que ele pareça ameaçado, reconstruí-lo" (ADORNO *In* COHN, 1987, p. 347).

É comum encontrarmos nos textos de Adorno (1985) menções à destruição da cultura em sua máxima expressão por produções da indústria que atendem aos anseios da "massa" – frequentemente as obras que o frankfurtiano toma como boas referências eram de acesso exclusivo do que costumamos chamar de "elite" (a música clássica, as óperas, etc.). Flusser também refere-se a uma "cultura de massa" e uma de "elite"; contudo, sua divisão não opera juízos de valor sobre uns ou outros. Em nossa Era, toda a sociedade, ou mais especificamente o homem enquanto ser-no-mundo, alienou-se dos objetos para passar a conviver com os símbolos que os representam. Como já mencionamos, trata-se da substituição de nossa relação com objetos da realidade por ficções – de suporte linear no caso da elite ou imagético, no caso da massa.

Mesmo que Flusser admita a possibilidade de que a alienação do homem seja sintoma de uma crise passageira (Cf. FLUSSER, 2002; 2007), sua afirmação de que a comunicação "substitui a vivência daquilo a que se refere" (FLUSSER, 2002, p. 37, tradução nossa) parece tornar uma outra condição de alienação inerente ao homem. Partindo de nosso mundo codificado (nossa "segunda natureza"), a comunicação media nossas relações com objetos que estão no mundo da natureza original. Os códigos que utilizamos para nos comunicar funcionariam como uma espécie de ponte que nos permite transpor o abismo entre o homem e o mundo, significando e transmitindo as informações que existem nesse último para contrariar o princípio da entropia e fazer aumentar a quantidade de informação em nosso universo codificado (Cf. FELINTO e SANTAELLA, p. 57; WEISS, 2008). Essas ferramentas "surgem como conectores imperfeitos entre o homem e o mundo, uma talvez necessária ilusão pela

qual somos ávidos" (WEISS, 2008, p. 6).

A alienação a que Flusser se refere de forma negativa e que transforma a relação de mediação dos meios (lineares e superficiais) com os objetos em uma de substituição, portanto, não se refere a esse distanciamento do homem do mundo natural – condição para que a comunicação seja o artifício de mediação entre essas duas instâncias. O que Flusser critica é justamente o rompimento dessa relação; quando os conceitos e as imagens não representam ou deixam de ter uma relação com objetos do mundo concreto, "passam a se sustentar por si mesmas e então perdem o seu sentido original" (FLUSSER, 2007, p. 116), destruindo a ponte que construiriam na mediação com os objetos e os fatos e deixando o homem absolutamente à parte da realidade. A alienação ou distanciamento do homem do mundo natural – e não do seu senso de realidade – é condição para que ele possa formular sistemas simbólicos de compreensão de seus círculos:

O propósito das imagens é dar significado ao mundo, mas elas podem se tornar opacas para ele, encobri-lo e até mesmo substituí-lo. Podem constituir um universo imaginário que não mais faz mediação entre o homem e o mundo, mas, ao contrário, aprisiona o homem. A imaginação não mais supera a alienação, mas torna-se alucinação, alienação dupla (FLUSSER, 2007, p. 143).

Uma eventual confusão entre as duas situações deriva do fato de que o filósofo usa a mesma palavra (*alienation* na tradução para o inglês) para referir-se às duas coisas. Essa dupla alienação levaria a uma "despolitização generalizada, a uma desativação e alienação da espécie humana, à vitória da sociedade de consumo e ao totalitarismo da mídia de massa" (FLUSSER, 2007, p. 124).

Mesmo que as consequências medidas e a falta de apreço por uma cultura de massa criada e guiada pelos *mass media* sejam pontos semelhantes entre Flusser e a Escola em questão, a concepção de "alienação" em cada um dos casos é claramente distinta. Enquanto os teóricos de Frankfurt referem-se à alienação de cunho ideológico e marxista, ligada à perda da posse dos meios de produção e à utilização, por exemplo, de imagens pela Indústria Cultural capazes de criar e fazer incutir ideias e comportamentos em uma massa desprovida de instrumentos de criação e reflexão, a perspectiva de Flusser situa-se num nível existencial. Não se trata apenas, como em Adorno (1968; 1985), da inconsciência de se estar sendo manipulado e tratado como objeto, e sim de ser colocado à parte da realidade pelos próprios instrumentos que criamos com a finalidade de conhecê-la. Mas a Escola de Frankfurt também

toca numa questão que desencadeia um outro cenário, visto por Flusser como mais provável: o advento das imagens técnicas e o início de uma "pós-história".

Silva (2009) identifica na reflexão de Flusser sobre as superfícies uma espécie de continuação das ideias desenvolvidas por Benjamin em seu célebre ensaio que trata da obra de arte e sua reprodutibilidade técnica. Como crítico do historicismo, Benjamin teria percebido na metáfora da destruição da "aura" da obra de arte o início de uma era pós-tradição; "para ele na era da fotografia não caberia mais se fazer uma diferença entre cópia e original nem se falar de autenticidade" (SILVA, 2009, p. 8). Flusser, por sua vez, tinha na fotografia seu principal modelo de "caixa preta" – um dispositivo que conseguimos operar, mas não sabemos como funciona (FLUSSER, 2000). A câmera fotográfica seria o primeiro (ou o mais representativo) aparelho capaz de gerar uma dialética entre quem a operava e os programas que era capaz de executar; por não conseguir manipular seu funcionamento, o fotógrafo era "programado" pela câmera – uma interpretação que também via diminuída as chances de produções autênticas, dada a dominância dos aparelhos no processo criativo (Cf. FLUSSER, 2000; SILVA, 2009)<sup>13</sup>.

Contudo, o ponto em que as duas perspectivas parecem se cruzar é a exploração das consequências trazidas pela fotografia. Enquanto Benjamin apenas reconhece que a fotografia e a reprodução técnica das imagens representavam uma era pós-tradição, Flusser dá ao advento das imagens técnicas a importância da "invenção da escrita", uma vez que "as imagens técnicas teriam para ele como tarefa reunificar o pensamento e libertá-lo do império do conceitual" (SILVA, 2009, p. 8). Nesse sentido, Flusser parece subscrever a visão de McLuhan de que os chamados meios mecânicos – que Flusser associa à produção das linhas – suportavam a cultura livresca e geravam uma sociedade fragmentada.

No terceiro caminho vislumbrado por Flusser para o desenvolvimento e a generalização das superfícies, caso o pensamento conceitual e o imagético se associem de alguma forma, a ideia de um retorno a uma forma de significação e compreensão do mundo vinculada às imagens renasce com o advento das imagens técnicas. As imagens técnicas podem ser definidas como "virtualidades concretizadas e tornadas visíveis" (FLUSSER, 2008, p. 24), produtos de uma tendência que Flusser já verificava empiricamente: de fusão de propriedades das superfícies e das linhas. Nessa nova configuração, as imagens tornam-se

---

13 É importante ressaltar, contudo, que o próprio Flusser relativizou essa posição quando considerou que o fotógrafo também dispõe de elementos humanos para manipular a imagem que será capturada – mudar a posição, variar a perspectiva, etc. (Cf. FLUSSER, 2000; 2008).

capazes de projetar conceitos;

Primeiramente haverá uma imagem de alguma coisa. Depois, uma explicação dessa imagem. E, por fim, haverá uma imagem dessa explicação. Isso resultará no modelo de alguma coisa (uma coisa que por sua vez tenha sido originalmente um conceito). Esse modelo poderá se aplicar a uma pedra. [...] Haveria, portanto, novamente um critério de distinção entre fato e ficção (modelos adequados ou inadequados) (FLUSSER, 2007, p. 117-118).

A sequência Imagem → Escrita → Imagem – que na verdade conforma um ciclo – reflete o movimento observado nas "catástrofes" humanas que formam a escalada da abstração. Essa sequência "não parece ser o resultado de um desenvolvimento linear", mas sim melhor representada pela figura de um "eterno retorno", uma espécie de espiral "que vai da imagem, passando pelo conceito, à imagem" (FLUSSER, 2007, p. 120). Assim, as imagens teriam sido os primeiros suportes utilizados na busca humana de dar sentido ao mundo. Em seguida, o homem passou a conceber – criar conceitos – sobre as coisas, e a escrita a dispor seus construtos sobre linhas. Por último, na fase ainda em curso e que aponta para o futuro, o homem recorre novamente a sua capacidade imaginativa para tratar de conceitos.

Observa-se na pré-história que as imagens (estáticas) estão inseridas no domínio do mágico e do mítico. Com o advento da escrita e o surgimento da noção de linearidade progressiva, cria-se a História. Por fim, a incorporação de conceitos às imagens deu início a uma nova forma de estar-no-mundo que conduz à noção de Pós-história. Durante muito tempo, a consciência histórica foi privilégio de uma pequena minoria que tinha acesso às ficções lineares em oposição a uma maioria que ainda vivia uma existência pré-histórica, ligada às imagens estáticas. No entanto, as altas taxas de analfabetismo e os preços elevados das produções escritas que bloqueavam o alcance da massa deram lugar ao surgimento da imprensa e a sistemas de escolas públicas que transformaram a comunicação unidimensional no pilar de sustentação da cultura do Ocidente (FLUSSER, 1983; 2000; 2002; 2007).

A criação de um novo tipo de imagem, no entanto, parece ter dado início à derrocada do pensamento conceitual, engendrando "um novo tipo de era mágico-mítica, de uma cultura da imagem pós-histórica" (FLUSSER, 2007, p. 144). O desenvolvimento dos "aparelhos"<sup>14</sup> – dispositivos capazes de produzir imagens técnicas – permitiu o surgimento de imagens

---

14 A concepção de "aparelho" que Flusser apresenta no célebre *Filosofia da Caixa Preta* (2000) e nas referências dispersas no corpo de outras obras (2002; 2008) parece ser compatível com a noção corrente em nossos dias de *hardware* (Cf. FULLER, 2008; MANOVICH, 2009), dado que o filósofo usa da expressão para referir-se desde à câmera fotográfica até aos *chips* de computador.

sintetizadas eletricamente, baseadas em linhas de cálculos (FLUSSER, 2002; 2005; 2008).

Nesses termos, quando o mundo concebido (unidimensional, linear, histórico) e o mundo imaginado de outrora (bidimensional, superficial, mágico-mítico) não conseguem mais mediar a relação humana com o mundo da natureza, a noção de "imaginar" é ajustada pelas imagens técnicas:

imaginar é fazer com que aparelhos munidos de teclas computem os elementos pontuais do universo para formarem imagens e destarte, permitirem que vivamos e ajamos concretamente em mundo tornado impalpável, inconcebível e inimaginável por abstração desvairada. [...] Em suma: a definição de “imaginar” foi formulada para articular a revolução epistemológica, ético-política e estética pela qual estamos passando. Para articular a nova sensação vital emergente. (FLUSSER, 2008, p. 45)

Percebendo o advento de uma nova Era encarnada na Pós-história, Flusser desloca a definição que ele mesmo cunhou para adaptar-se à forma de codificação dos meios que produzem as imagens técnicas (nuldimensionais, algorítmicos, lúdicos). "Imaginar" significa, em sua acepção original, "a habilidade de reduzir um mundo de circunstâncias a cenas" e também o processo inverso, de "criar 'mapas' e lê-los – inclusive os 'mapas' que designam circunstâncias desejadas, por exemplo, uma caçada futura (Lascaux) ou projetos de equipamentos eletrônicos (*blueprints*)" (FLUSSER, 2002, p. 36, tradução nossa).

Fica clara aqui a perspectiva de Flusser de enxergar as imagens técnicas como projetos, "mapas" que servem como modelos para objetos ou orientam ações concretas – uma visão que se aproxima muito de como Carey (2009) associa o pensamento humano à atividade de mapear a realidade, dotando-a de referências e modelos que sirvam como orientação. Por último, a ligação de um modo de vida pautado pelas imagens a uma forma mágica e mítica de se estar-no-mundo (FLUSSER, 2002; 2008) também ecoa a visão da comunicação como ritual (CAREY, 2009).

### **Pós-história e os "não-objetos"**

A predominância das imagens inscreve tanto na pré quanto na pós-história a referência de um mundo mágico e mítico. Contudo, no primeiro trata-se de imagens estáticas e, no outro, imagens técnicas. As imagens tradicionais buscam representar o mundo, apreendê-lo e torná-lo inteligível magicamente; são abstrações de primeira ordem na medida em que abstraem



duas dimensões de um objeto concreto. Já na pós-história as imagens são representações de textos e seu efeito mágico visa manipular as pessoas (FLUSSER, 2007); são abstrações de terceira ordem porque imaginam textos que concebem imagens que imaginam o mundo (com o perdão do pleonasma). Ambos os tipos de imagem podem constituir uma abstração de primeiro grau; contudo, Flusser defende que criar imagens técnicas com essa intenção desperdiçaria a chance que elas nos oferecem de consumir uma revolução, dado que as novas possibilidades trazidas por elas são o que pode nos livrar da alienação a que nos referimos (FLUSSER, 2000; 2002).

Entre as duas Eras, houve o que Flusser denomina como um intervalo chamado História – dominado pela ideia de "algo irreversível, progressivo e dramático" (FLUSSER, 2002, p. 40, tradução nossa) – cujo final já parece visível no horizonte. Embora a escrita tenha surgido para explicar as imagens (FLUSSER, 2002; 2007) e venha gradativamente perdendo o domínio da cultura do Ocidente para as imagens técnicas, o pensamento em linhas não parece caminhar para um fim, mas uma reconfiguração em dois cenários possíveis. Numa delas, a escrita funcionaria como um "gigante transcodificador de texto em imagem", uma "caixa-preta que tem texto como dados inseridos (*input*) e imagens como resultado (*output*)" (FLUSSER, 2007, p. 146). Assim, notícias, teses, poesias, livros e produções afins seriam traduzidos em filmes, programas de TV e fotografias<sup>15</sup>.

Outro cenário possível é o de que a escrita passe a exercer a análise estrutural, o papel de crítica das tecno-imagens ao invés de serviçal na elaboração de programas. Isso daria à escrita a capacidade de realizar "um desmascaramento das ideologias escondidas atrás de um progresso técnico que se torna autônomo em relação às decisões humanas" (FLUSSER, 2007, p. 150). A perspectiva advém da já citada concepção de "aparelho", que gera imagens técnicas ordenadas por programas – processo que uma vez posto em operação funciona, até certo ponto, de forma independente das ações ou dos desígnios humanos (Cf. FLUSSER, 2000).

Embora o próprio Flusser aponte os meios cujos códigos motivam uma consciência pós-histórica – a saber, a fotografia, os programas de TV, os filmes e os programas de computador –, o filósofo admite que ainda não conseguimos entender as consequências geradas pelo seu uso (FLUSSER, 1983; 2002; 2007). O que lhe parece bastante evidente com o advento das imagens técnicas (sobretudo aquelas fabricadas por meios eletrônicos), no

---

15 Essa interpretação parece-nos bastante pertinente numa Era dominada por códigos alfanuméricos (HTML, JavaScript, etc.) que geram imagens técnicas nas superfícies das telas dos diversos dispositivos de nosso tempo (computadores, tablets, celulares, videogames).

entanto, são três consequências imediatas: elas acompanham ou permitem o surgimento de uma nova forma de se estar-no-mundo; uma nova categoria de objetos (ou "coisas") e na forma como lidamos com o espaço; e como consequência dessas outras duas, um novo tipo de homem.

Flusser oferece como exemplo dessa nova situação um futuro videocassete (*video theater*) onde o espectador pudesse manipular a execução das imagens avançando, retrocedendo e ordenando as sequências e ainda gravando sua própria imagem para que tudo fosse exibido em uma TV. Esse programa teria, portanto, o início, o meio e o fim que o espectador desejasse (de acordo com as possibilidades que o aparelho oferecesse) e o consumidor desempenharia o papel que quisesse dentro dele (FLUSSER, 2007). Nessa configuração,

o espectador é determinado pela história (ao aparecer ele mesmo na tela). No entanto, está além da história no sentido de que compõem o processo histórico e na medida em que assume o papel que quiser dentro do processo histórico. Isso pode ser afirmado de maneira mais decisiva: embora ele atue na história e seja determinado por ela, já não está mais interessado na história como tal, mas na possibilidade de combinar várias histórias (FLUSSER, 2007, p. 123).

Essa possibilidade "significa que para ele a história não é mais um drama (como o é para a posição histórica), mas apenas um *jogo*" (FLUSSER, 2007, p. 123, grifo nosso). Essa forma de estar-no-mundo absorve um modelo linear e processual para adotar um outro que é formalístico; numa posição histórica, os processos eram o único método capaz de explicar como as coisas se tornam o que são; na posição formalística, os processos são vistos como formas, apenas um modo como as coisas aparecem. Daí que "o conflito histórico, incluindo guerras e revoluções, não parece propriamente um conflito do ponto de vista formalístico, mas conjuntos de movimentos complementares em um jogo" (FLUSSER, 2002, p. 33, tradução nossa). Se essa nova perspectiva parece ser desumana é justamente porque de fato ela o é, já que refere-se ao universo de um novo tipo de homem que ainda não é visto como igual por nós, sujeitos históricos.

Para Flusser, a sintetização de imagens técnicas em um computador é o melhor exemplo para compreender de que forma elas são confeccionadas (FLUSSER, 2002). O computador é definido pelo filósofo como uma calculadora provida de memória e capaz de processar códigos com origem alfanumérica para a confecção de imagens (FLUSSER, 2000;

2002). Em outras palavras, o computador sintetiza uma imagem que é o conceito de um texto, e não a representação ou mediação de um objeto concreto no mundo, tal qual as imagens da pré-história.

Isso é especialmente importante porque tendemos a ver as imagens técnicas – erroneamente – como janelas diretas para a realidade, dada a fácil (e rápida) associação que nossa mente produz com o seu significado; não vemos uma impressão digital (imagem técnica) como uma imagem do código digital (texto, conceito) que gerou a cópia, mas como uma representação do próprio dedo (FLUSSER, 2000). A confusão parece perceptível em nossos dias quando Manovich (2009; 2012) ressalta a urgência de se reconhecer o papel determinante do *software* (programa de computador) na análise de fenômenos e objetos culturais que envolvem o uso do computador.

No entanto, a verdadeira intenção com a produção das imagens técnicas não pode ser a de servir de modelos para objetos e ações – tal qual as imagens da pré-história inscritas nas cavernas – mas a de procurar situações inesperadas num dado campo de possibilidades:

A verdadeira intenção por trás da nova imaginação é aquilo que a tradição chamou de "estética pura" (*l'art pour l'art*). [...] o que diferencia a nova imaginação da antiga é que a "estética pura", que já estava instalada na antiga imaginação, agora encontra expressão na nova. [...] Somente quando as imagens são produzidas por cálculos ao invés de fatos (não importa o quão abstratos sejam os fatos) é que a "estética pura" (o prazer no jogo com "formas puras") encontra sua verdadeira expressão; somente assim é que o *Homo faber* pode se desprender do *Homo ludens* (FLUSSER, 2002, p. 115-116, tradução nossa).

Aliar o *ser* humano (verbo e substantivo) à figura do *Homo faber* é intuir que a condição humana envolve a fabricação de meios que – ecoando uma interpretação de McLuhan (1990; 2007) – possam servir como extensões do homem e mediar sua relação com o mundo (FLUSSER, 2007). Dessa forma, nossa experiência na significação e apreensão do mundo sempre esteve associada a fabricar coisas (ou objetos). Flusser define "fabricar" como "apoderar-se (*entwenden*) de algo dado na natureza, convertê-lo (*umwenden*) em algo manufaturado, dar-lhe uma aplicabilidade (*anwenden*) e utilizá-lo (*verwenden*)" (FLUSSER, 2007, p. 36). Assim, delimita quatro períodos na trajetória do homem sobre a Terra – que correspondem ao período de predominância de cada uma das quatro dimensões de abstração e apreensão do mundo: o das mãos (tridimensional), o das ferramentas (bidimensional), o das

máquinas (unidimensional) e o dos aparelhos eletrônicos (nulodimensional)<sup>16</sup>.

No primeiro período a metáfora das *mãos* significava a codificação do mundo pelo contato direto com a natureza – e por consequência, a comunicação desenvolvia-se sob as formas primitivas da dança e a expressão direta dos sentidos. No segundo período, iniciado com a primeira catástrofe (a hominização), os instrumentos de pedra formam o primeiro conjunto de objetos de mediação do homem com o mundo, e o homem passa a utilizá-los para armazenar, processar e transmitir informações que dotam o mundo de sentido e fazem-no superar a terrível consciência da morte. A sedentarização (a segunda catástrofe para Flusser), ainda no período das *ferramentas*, fez aperfeiçoar e surgir meios que afirmariam o domínio da comunicação que tinha as superfícies como suporte – desde as artes rupestres de Lascaux aos vitrais medievais e as pinturas renascentistas.

O fabricação e o uso de *máquinas* tornou-se o modo predominante de apreensão do mundo após a Revolução Industrial. Como simulações dos órgãos do corpo humano, antes mesmo desse episódio surgiam o que Flusser chama de máquinas pré-industriais, tais como a alavanca. Enquanto as máquinas que antecedem o período industrial são fabricadas empiricamente, as que acompanham as mais modernas são confeccionadas e utilizadas com base em uma teoria científica (FLUSSER, 2007). Nessa nova ambiência, com o barateamento dos livros, a expansão das escolas primárias e o desenvolvimento da imprensa, todas as dimensões foram abstraídas na forma de uma única expressa sobre linhas.

Por último, na terceira catástrofe da humanidade (recente e ainda em curso), os *aparelhos eletrônicos* trouxeram a "abstração insuperável" da nulodimensão, onde todas as dimensões são abstraídas por suportes de "informação pura" composta de *bytes* e *bits*. Utilizando aparelhos eletrônicos, portanto, não fabricamos coisas ou objetos concretos e tangíveis, mas "*não-coisas*" ou "*inobjetos*" imateriais e adimensionais. Estes últimos rompem com a lógica da *técnica* tradicional, porque não se constituem de matéria a ser *in-formada*, uma vez que são imateriais (FLUSSER, 2002; 2007).

Flusser resgata a origem grega da palavra "técnica" para associar seu significado à arte e à construção de objetos. Em grego, "*techné*" significa 'arte' e está relacionada com *tekton*

---

16 Novamente, parece-nos importante salientar que Flusser (2006; 2007; 2008) não chega a apontar marcos específicos para delimitar o início/fim de qualquer um dos quatro períodos a que nos referimos aqui. Com a exceção da Revolução Industrial, que parece envolvida na construção do período de hegemonia da fabricação utilizando máquinas (Cf. FLUSSER, p. 36-47), não há marcações temporais nesse sentido. Esse modelo deixa clara a natureza porosa das fronteiras que separam cada período; pode-se falar em uma época em que predomina esta ou aquela modalidade de fabricação, mas não tomar essa modalidade como a única exercida em determinado intervalo de tempo.

('carpinteiro'). A ideia fundamental é a de que a madeira (em grego, *hylé*) é um material amorfo que recebe do artista, o técnico, uma forma, ou melhor, em que o artista provoca o aparecimento da forma" (FLUSSER, 2007, p. 182). Daí, exercer a técnica (*to design*) é projetar formas de objetos quaisquer ou objetos de uso – objetos de que necessitamos para afastar outros objetos do caminho (FLUSSER, 2007). Antes do advento das imagens técnicas e dos aparelhos eletrônicos, os objetos dominavam nossa ambiência; "viver" seria, na interpretação de Flusser, manipular ou transpor objetos num caminho que levava à morte. Estes objetos ora serviam como matéria a ser *in-formada*, ora representavam problemas ou obstáculos a serem solucionados ou superados.

A definição de Flusser para a técnica estaria inscrita, segundo Heidegger (2008), na "determinação antropológica e instrumental da técnica", que vê a essência da mesma ligada à "produção e o uso de ferramentas, aparelhos e máquinas, como a ela pertencem estes produtos e utensílios em si mesmos e as necessidades a que eles servem" (HEIDEGGER, 2008, p. 12). Nessa concepção, portanto, a técnica seria a produção de meios orientada para determinados fins. Contudo, a essência da técnica não estaria contida nesse sentido, e sim em "uma forma de desencobrimento", em um meio para conhecer a verdade (*veritas*), "pro-dução" como meio

Assim, embora Flusser se aproxime de Heidegger ao ligar a definição de técnica à esfera da arte, há uma clara oposição entre as duas linhas de pensamento – mesmo com a posição do primeiro de valorizar a liberdade criativa frente aos comportamentos ditados por programas de aparelhos, semelhante à sugestão de Heidegger do uso da poesia como forma de superar o avanço da cibernética e o fim da filosofia. Enquanto Heidegger vê a técnica como uma forma de, em última instância, chegar à verdade sobre as coisas, Flusser defende que a técnica e a arte fazem-nos renunciar a ela.

Para Flusser, a separação entre técnica e a arte suportada por anos a fio pela cultura moderna teria começado a se desgastar em fins do século XIX, quando a palavra "*design*" pareceu construir uma ponte entre os dois conceitos<sup>17</sup>. O design, como elemento da cultura, cria mecanismos para que possamos "trapacear as leis da natureza" e assim, "liberar-nos de nossas condições naturais por meio da exploração estratégica de uma lei natural", por exemplo, como no caso de uma alavanca (FLUSSER, 2007, p. 184).

---

17 Ao longo das obras consultadas de Flusser, o filósofo parece usar "técnica", "arte" e "design" sem qualquer rigor ou preocupação para detalhar os aspectos que diferenciam esses termos. Essa posição parece refletir a ideia de que "as palavras design, máquina, técnica, *ars* e *Kunst* estão fortemente inter-relacionadas; cada um dos conceitos é impensável sem os demais, e todos eles derivam de uma mesma perspectiva existencial diante do mundo" (FLUSSER, 2007, p. 183).

[...] todo envolvimento com a cultura é um espécie de auto-engano. Pode-se afirmar que, quando se conseguiu superar a separação entre arte e técnica, abriu-se um horizonte dentro do qual podemos criar designs cada vez mais perfeitos, liberar-nos cada vez mais de nossa condição e viver de modo cada vez mais artificial (mais bonito). *Mas o preço que pagamos por isso é a renúncia à verdade e à autenticidade.* O que a alavanca faz, de fato, é tirar de órbita tudo o que é verdadeiro e autêntico e substituí-lo mecanicamente por artefatos desenhados com perfeição (FLUSSER, 2007, p. 186, grifo nosso).

Já em Heidegger a técnica é justamente e por oposição a Flusser o que *revela* a verdade ao homem. Ela seria uma das formas de se "des-encobrir", de "descobrir" a verdade, tanto em sua acepção de origem grega quanto no sentido moderno que assumiu. O que diferencia seu sentido mais recente "é uma exploração que impõe à natureza a pretensão de fornecer energia, capaz de, como tal, ser beneficiada e armazenada" (HEIDEGGER, 2008, p. 19). A técnica moderna ainda seria diferente da anterior, ligada à esfera da arte, por ordenar o "desencobrimento" da realidade pela "com-posição" e por só ter se colocado em marcha após o desenvolvimento das ciências naturais – embora tenha surgido antes delas. Esse último aspecto é que teria originado a redução da essência da técnica à noção de instrumentalidade:

a técnica moderna precisa utilizar as ciências exatas da natureza porque sua essência repousa na com-posição. Assim nasce a aparência enganosa de que a técnica moderna se reduz à aplicação das ciências naturais. Esta aparência apenas se deixa manter enquanto não se questionar, de modo suficiente, nem a proveniência da ciência moderna e nem a essência da técnica moderna. [...] Com-posição é a força de reunião daquele "pôr" que im-põe ao homem descobrir o real, como disponibilidade, segundo o modo da disposição. Assim, desafiado e provocado, o homem se acha imerso na essência da com-posição. Não é ao depois que o homem se relaciona com a essência da técnica. (HEIDEGGER, 2008, p. 26-27).

Heidegger aponta pelo menos dois dos motivos para a confusão quanto à essência da técnica: a difundida noção de que ela é determinada apenas pelo homem e o erro de se pensar que a essência da técnica pode ser deduzida pela observação do seu exercício, ao invés de buscar pelo que a determina. O filósofo alemão vê na arte e na poesia uma rota de fuga para a crise e o perigo que se estabelece tanto no tecnicismo que contamina o modo de ser e de agir do homem no ocidente (CRITELLI, 2002) quanto na possibilidade de "vetar ao homem voltar-se para um desencobrimento mais originário e fazer assim a experiência de uma verdade mais inaugural" (HEIDEGGER, 2008, p. 31).

Felinto e Santaella (2012) apontam que, para Heidegger, a técnica teria descaracterizado a autêntica relação do homem consigo mesmo e com a natureza – que teria passado a simples reserva de energia –, onde a ciência toca "todo o espaço do Ser". A esse "império do cálculo, Heidegger opõe a arte – e mais especialmente a poesia – como aquilo que pode nos salvar do perigo da inautenticidade" (FELINTO e SANTAELLA, 2012, p. 65). Portanto, a filosofia de Heidegger não pode ser tomada como um humanismo, uma vez que considera a precedência de alguns elementos sobre o homem na determinação da verdade, por exemplo (ROJCEWICZ, 2006; FELINTO e SANTAELLA, 2012). Assim, embora Flusser seja um "leitor atento" do filósofo alemão, "o caráter assistemático de sua reflexão não permitia a fidelidade absoluta a nenhum universo intelectual" (FELINTO e SANTAELLA, 2012, p. 65). Eis porque, nos escritos de Flusser, "natureza e cultura devem funcionar como noções que se iluminam mutuamente e que só adquirem sentido quando aparecem conjuntamente" (FELINTO e SANTAELLA, 2012, p. 67).

De qualquer forma, para o homem que surge no alvorecer da terceira catástrofe da humanidade – e portanto, de acordo com as observações de Flusser –, parece pouco importar a "essência" das coisas ou, nos termos de Flusser, qualquer detalhe que o leve a ter como centro de atenção a "história". A constatação deve-se à natureza lúdica desse novo homem, dedicado a brincar com as possibilidades de uma realidade ao invés de conhecê-la; um comportamento que parece alinhado com a filosofia da caixa preta, onde o homem, programado pelo aparelho, desconhece seu funcionamento e mesmo assim o faz operar explorando as capacidades de seu programa, experimentando *inputs* para colher *outputs* diferentes (Cf. FLUSSER, 1983; 2000; 2008).

Antes, nosso universo era formado por "coisas" e "objetos" diversos; até mesmo o homem poderia assumir traços de objeto aos olhos da ciência, passível de ser mensurado, calculado e manipulado. Assim, "o ambiente era a condição de nossa existência (*Dasein*)" (FLUSSER, 2007, p. 52) e viver era seguir uma linha que terminava na morte, preenchida com a necessidade de se resolver problemas (mover ou superar objetos que bloqueavam nosso caminho) e lidar com objetos (FLUSSER, 2006; 2007). Recentemente, com a emergência dos "inobjetos" ou "não-coisas", essa situação mudou. As "imagens eletrônicas na tela da televisão, os dados armazenados no computador, os rolos de filmes e microfilmes, hologramas e todos esses programas" (FLUSSER, 2006, p. 3) têm uma natureza imaterial e nulodimensional que os tornam inapreensíveis e apenas decodificáveis.

Para dar provas de suas afirmações sobre esse novo tipo de informação imaterial, Flusser recorre, como é frequente em suas obras, a dados empíricos. Essa nova situação seria tão evidente que não precisaríamos de teorias complexas para conseguir explicá-la; basta observarmos nosso entorno (FLUSSER, 2006; 2007; 2008). Assim, Flusser (2006) enumera ao menos três evidências que comprovam o triunfo dos inobjetos sobre os objetos. O primeiro diz respeito aos suportes materiais que processam as não-coisas: embora se possa afirmar que um programa de computador, por exemplo, é processado por um componente específico como um *microchip*, "quem quiser orientar-se na nova circunstância que está surgindo pode desprezar tal suporte" (FLUSSER, 2006, p. 3). A afirmação reflete-se na importância crescente que a própria informação (*software*) vem ganhando sobre o suporte (*hardware*), (FLUSSER, 2006; 2007), tal como podemos atestar em nossos dias (MANOVICH, 2009; 2012).

A segunda evidência empírica apontada por Flusser é a observação da mesma tendência a que acabamos de nos referir em todas as esferas da cultura: os objetos estariam perdendo seu valor perante nossa busca cada vez mais perene por informações; "Não queremos apenas um móvel a mais ou uma roupa, mas gostaríamos também de mais uma viagem de férias, uma escola ainda melhor para os filhos e mais um festival de música em nossa região" (FLUSSER, 2007, p. 55). Paralela e simultaneamente, assistimos a uma diminuição do número de trabalhadores envolvidos na produção de objetos, frente ao aumento vertiginoso da quantidade de pessoas no setor de serviços, comunicação e tecnologias da informação.

Uma terceira evidência da prevalência dos inobjetos deriva da produção massiva de objetos, que os fazem absolutamente descartáveis; essa condição torna difícil ou diminui drasticamente as chances de que possamos nos apegar a esses objetos, ou que eles tenham qualquer influência sobre nós (Cf. FLUSSER, 2006; 2007). Além disso, segundo Flusser, os avanços técnicos tornariam possível num futuro próximo reduzir objetos como casas e imagens à condição de descartáveis – aliás, o que torna possível a produção massiva de objetos é justamente o desenvolvimento de programas e inobjetos que realizam uma ou várias etapas da produção (FLUSSER, 2006; 2007). Dessa forma, os grupos que detêm informações privilegiadas, como "a construção de usinas hidrelétricas e armas atômicas, de automóveis e aeronaves, de engenharia genética e sistemas informáticos de gerenciamento" (FLUSSER, 2007, p. 56), podem vendê-las a preços altíssimos.



O homem produzido por estas circunstâncias não lida diretamente com os objetos; não consegue manipula-los com as mãos, porque há somente inobjetos imateriais em seu entorno – no lugar de usar as mãos, usa apenas as pontas dos dedos. As pontas dos dedos "pressionam o teclado para operar com símbolos" e, assim, "o novo homem não é mais uma pessoa de ações concretas, mas sim um *performer (Spieler): Homo ludens* e não mais *Homo faber*. [...] Não se trata mais de ações, e sim de sensações. O novo homem não quer ter ou fazer, ele quer vivenciar" (FLUSSER, 2007, p. 58). O novo homem, portanto, joga com símbolos para explorar possibilidades e experiências; em vez de trabalhar, ele toma decisões possíveis dentro do universo oferecido pelo programa (Cf. FLUSSER, 2000; 2006; 2007).

É possível encontrar na contemporaneidade muitos dados que reverberam as evidências apresentadas por Flusser. Dentre elas, podemos destacar o *status* e as fortunas acumuladas por empresas cujo modelo de negócio é baseado no *software*, como o Google ou a Oracle (Cf. MANOVICH, 2009; 2012) ou ainda as consequências políticas geradas por fluxos de dados ou "informação crua" (*raw data*) em episódios como aqueles protagonizados por redes como o Wikileaks e o Anonymous (Cf. BENKLER, 2011). A nova realidade baseada nos inobjetos e imagens técnicas ainda colocaria em destaque, como consequência do que enumeramos até aqui, a figura do "programador" (FLUSSER, 2006; 2007).

Programados pelos aparelhos, estaríamos subjugados aos programadores; teríamos então uma classe de "jogadores" (os homens que programam) e uma classe de "marionetes" (os que são programados). No entanto, já no advento da máquina fotográfica, nota-se uma paridade entre as duas categorias: "a hegemonia dos literatos foi rompida graças à invenção do prelo: todos tornaram-se literatos. O mesmo é possível hoje: todos podem tornar-se programadores" (FLUSSER, 2002, p. 131, tradução nossa). A constatação decorre do fato de que ambos (programadores e programados) executam as mesmas operações:

o que os programadores fazem quando pressionam as teclas para jogar com símbolos e produzir informações é o mesmo movimento de dedos feito pelos programados. Eles também tomam decisões dentro de um programa, que poderíamos chamar de "metaprograma". E os jogadores do metaprograma, por sua vez, pressionam metateclas de um "metametaprograma". E esse recurso de meta a meta, de programadores dos programadores dos programadores, revela-se infinito. [...] a sociedade do futuro, imaterial, será *uma sociedade sem classes*, uma sociedade de programados programadores (FLUSSER, 2007, p. 64, grifo nosso).

Assim, todos podem ser fotógrafos, todos podem ser jogadores e experimentar com

símbolos: Flusser afirma que "câmeras são brinquedos [baratos] estruturalmente complexos, mas é fácil brincar com elas" (FLUSSER, 2010, p. 1, tradução nossa).

O que expomos até aqui não só ratifica a possibilidade de que todos possam lidar (e lidam) com inobjetos e imagens técnicas, mas também aponta ao menos duas formas de se ver o futuro que se anuncia. Uma delas é a distopia de um "totalitarismo programador", onde os homens tivessem a ilusão de que são absolutamente livres em suas escolhas, sem se darem conta de que qualquer decisão que se possa tomar está restrita a um universo de decisões possíveis oferecido pelos programas dos aparelhos. O homem não atenta para essa restrição porque, numa escala cada vez maior, os programas "contêm uma quantidade astronômica de possibilidades de escolha que ultrapassa a capacidade de decisão do homem. De modo que, quando estou diante de uma decisão, pressionando teclas, nunca me deparo com os limites do programa" (FLUSSER, 2007, p. 65), cujo leque de possibilidades supera as fronteiras da imaginação humana.

Tal perspectiva lembra em muito os temores gerados pelos avanços da cibernética na década de 1960, bem como os alertas proferidos por estudiosos da área, como Nobert Wiener (HONG, 2004), que profetizavam os perigos que as mudanças vindouras traziam consigo. Flusser defende que a reflexão sobre essas questões deve ser feita o quanto antes, enquanto ainda não nos embriagamos de uma ilusão de liberdade infinita; se é que já não o fizemos, num mundo onde a ideia de democracia é louvada sob a forma da limitada expressão em *softwares* de empresas milionárias – como o Twitter e o Facebook – que têm absoluto controle sobre nossos dados privados (Cf. MOROZOV, 2011) e a internet vê-se envolta num discurso salvacionista frente às mazelas da humanidade (WOLTON, 2004). A democracia seria definida, na situação pós-industrial, como a sociedade operando apenas como *feedback* para melhorias de programas automáticos (FLUSSER, 2010).

É possível notar que na interpretação pessimista sobre a emergência das imagens técnicas, Flusser aproxima-se novamente de Adorno (1985) e da primeira geração da Escola de Frankfurt ao adotar um tom alarmista quanto ao futuro e repetir fórmulas que projetam um homem iludido habitando um mundo de ficção (que se pretende real) criado e sustentado pelas imagens que o circundam. No entanto, enquanto a Teoria Crítica da Comunicação apóia-se em categorias criadas por Marx em suas análises – que pressupõe a dialética de classes, a figura do trabalhador e uma interpretação da realidade baseada na produção voltada para a acumulação de capital –, Flusser apregoa uma sociedade sem classes, a substituição do

arquétipo do trabalhador pelo do *jogador* e a experimentação e a projeção como fins da produção.

A sociedade da pós-história, formada por "jogadores jogados" (CALDERÓN, 2012) que jogam com os aparelhos e têm suas jogadas limitadas por esses mesmos aparelhos, não será interessada em teorias, mas em estratégias. Por isso,

as regras que a ordenam serão as regras do jogo, e não imperativos (leis, decretos). O jogo dessa sociedade será o de intercambiar informações, e seu propósito, a produção de informações novas (de imagens jamais vistas). Será um "jogo aberto", isto é, um jogo que modifica suas próprias regras em toda jogada (...) um fazer modificado por regras que são modificadas pelo mesmo fazer (CALDERÓN, 2012, p. 8, tradução nossa).

Sob um outro ângulo, portanto, a interação com o universo de inobjetos e imagens técnicas criado pelos aparelhos eletrônicos pode recuperar a liberdade criativa e o exercício da "estética pura" perdida com a "dupla alienação" a que já nos referimos aqui. Por meio da manipulação de códigos alfanuméricos (*input*) pode-se gerar imagens técnicas que representam mundos inteiros alternativos (*output*), provando que "podemos estar-aí (*dasein*) de várias maneiras distintas. [...] mas existem termos mais familiares para isso: *cyberespaço* ou *espaço virtual*, que são denominações paliativas" (FLUSSER, 2007, p. 78). Jogando com sistemas de códigos na nulodimensão dos aparelhos eletrônicos, somos capazes de "criar percepções, sentimentos, desejos e pensamentos distintos, alternativos" (FLUSSER, 2007, p. 78, grifo nosso), alimentando tendências que servirão ao seu propósito de "mostrar um aspecto de nossa crise e uma das possibilidades de superá-la" (FLUSSER, 2007, p. 119).

Nessa nova circunstância, voltamos a exercer o nomadismo e apreender o(s) mundo(s) pela exploração dele; numa nova expressão do nomadismo, tornamo-nos estrangeiros em nossas próprias pátrias, e os aparelhos tornaram nossas casas inabitáveis (FLUSSER, 1983; BAITELLO, 2006; 2013). O "espaço" é deslocado de sua acepção física como conceito, num mundo representado não por objetos e processos, mas por um contexto de relações – nós nas teias sociais que modelam as comunidades (FLUSSER, 1983). A visão relacional do espaço tem implicações existenciais para Flusser, "Pois parece que tal ontologia relacional leva à ética e a comportamentos *altruísticos*. Se tudo o que sou são as relações que me prendem ao outro, e se estou me tornando consciente disto, parece que me comportarei em função do outro" (FLUSSER, 1983, p. 153).

Uma cidade, portanto, não seria mais determinada pelo conjunto de habitações,

passeios e prédios diversos que a compõem, mas pelas informações que nela circulam e dão forma à sua essência: a rede de relações formada entre seus cidadãos (FLUSSER, 1983; PAULO, 2006). A interpretação de Flusser reflete a visão da comunicação como ritual louvada por Carey (2009) e, ao mesmo tempo, nos remete a interpretações recentes sobre a formação de redes de relações em nossos dias, como a Teoria Ator-Rede (LEMOS, 2013). Faz-se necessária, portanto, a exploração dos conceitos "espaço" e "jogo" para aclarar relações dessa natureza e tornar visíveis detalhes de perspectivas que ainda sequer mencionamos aqui.

A ideia de mapa como representação gráfica do pensamento humano; mais da imbricada relação entre comunicação e espaço; a criação e a convivência em ambientes virtuais; e a experiência da cultura e da comunicação como jogo constituem alguns dos pontos que vão dar seguimento às reflexões expostas aqui. Para isso, exploraremos mais conceitos dos autores já citados nessa primeira parte e passaremos a recorrer a tantos outros, tais como Lemos (2002; 2005; 2008; 2013), Santaella (2008), Huizinga (2007), Manovich (2009; 2012), Nietzsche (2006), Galloway e outros referenciados na bibliografia deste texto.

## **2 - Espaço**

Tomados como variáveis no exercício das chamadas ciências naturais, "espaço" e "tempo" não precisam de nenhuma definição específica para o uso instrumental que se faz deles, por exemplo, em problemas de Física. No entanto, já há muito tempo a Filosofia procura por conceitos lógico-epistemológicos que consigam atingir a essência do que viria a ser "espaço" ou "tempo". Sob a forma do diálogo entre as medidas ideais de Platão e o pensamento lógico-matemático, por exemplo, pensadores de várias eras e linhas de pesquisa já se debruçaram sobre o tema. Ao invés de criar uma teoria do espaço para ser incorporada ao enorme conjunto de caminhos de raciocínio isolados, descontínuos e difusos, Henry Lefebvre propõe uma tentativa de compreender o espaço como uma criação eminentemente social e portanto, humana.

Embora Lefebvre (1991) se incline à Filosofia para compreender a essência da ideia de "espaço", recorre a termos de uso cotidiano para cunhar o preceito de que "todo espaço é social":

Todos sabem o que se quer dizer quando falamos de um 'quarto' em um apartamento, a 'esquina' da rua, 'mercado', um *shopping* ou 'centro' cultural, um 'lugar' público e assim por diante. *Esses termos do discurso cotidiano servem para distinguir, mas não para isolar, espaços particulares, e em geral para descrever espaços sociais. Eles correspondem a um uso específico daquele espaço, e portanto a uma prática espacial que eles expressam e constituem* (LEFEBVRE, 1991, p. 16, grifo e tradução nossos)

Não parece fazer sentido, portanto, proceder a uma sistematização de conceitos, tipos ou categorias de "espaço" para depois fazer caber a rua, as salas de aula ou qualquer lugar dentro de classificações abstratas. Sob essa perspectiva, o espaço é o que fazemos dele; um "produto social" (LEFEBVRE, 1991) cuja produção envolve três conceitos: a "prática espacial", "representações do espaço" e "espaços representacionais". Na visão do estudioso francês, a tríade superaria a desgastada fórmula de criar interpretações baseadas em dicotomias – tal como a relação de oposição/complementaridade entre o mundo das ideias e o mundo concreto de Platão, por exemplo. Ainda assim, Lefebvre utiliza como pressuposto toda a lógica da dialética, além de várias outras acepções cunhadas por Marx e Engels (modos de produção, fetichismo) e também Hegel (produção, produto)<sup>18</sup>.

A "prática espacial" refere-se aos usos que uma sociedade faz de seus espaços, expresso "dentro do espaço *percebido*, entre a realidade diária (rotina) e realidade urbana (as rotas e redes que ligam os lugares separados para o trabalho, vida privada e lazer)" (LEFEBVRE, 1991, p. 38, grifo e tradução nossos). Assim, esse "momento" do espaço só pode ser avaliado, em seu nível específico, de forma empírica (LEFEBVRE, 1991). "Representações do espaço", por outro lado, correspondem ao grupo de conceitos de e sobre o espaço, geralmente reunidos sob a forma de sistemas simbólicos – que segundo Lefebvre (1991), têm sido dominados tão somente pelas significados que o verbo (a fala e a escrita) consegue construir. São, portanto, *concebidas*.

Já os "espaços representacionais" são aqueles "diretamente *vividos* através de suas imagens e símbolos associados, e portanto o espaço dos habitantes e usuários, mas também de alguns artistas [...] que descrevem e não aspiram fazer mais do que descrever" (LEFEBVRE,

---

<sup>18</sup> Embora subscreva vários elementos das linhas escritas por Marx, Lefebvre segue por caminhos diferentes daqueles que os marxistas percorrem ao discutir o conceito de produção. Enquanto os últimos estão fortemente apegados ao estudo da produção tão somente como a produção de "coisas" e enxergam no espaço um receptáculo vazio que abriga essas coisas, Lefebvre não só postula que o espaço é uma produção social, como também rechaça a ideia de que ele possa ser vazio ou servir apenas de depósito para alguma espécie de essência (Cf. LEFEBVRE, 1990).

1991, p. 39, grifo e tradução nossos). A explicação remete fortemente à ideia de "segunda natureza" de Flusser que, tal qual os "espaços representacionais" de Lefebvre, "sobrepõe [*overlay* no original] o espaço físico, fazendo uso simbólico de seus objetos" (LEFEBVRE, 1991, p. 39, grifo e tradução nossos).

A observação também revela que os dois autores recorrem ao esquema de codificação e decodificação (ou a um mecanismo de funcionamento da linguagem) em seus respectivos escritos, embora utilizem o construto de forma distinta para se referirem a situações parecidas. Enquanto Flusser associa a noção de código diretamente à Comunicação, Lefebvre parece usar o termo em um nível diferente quando o associa à noção de Espaço Social. Para Flusser, *in-formamos* o mundo com nossos códigos (sistema de símbolos linguísticos) com o intento de tornar o mundo inteligível e, em última instância, saciar nosso desejo de comunicarmo-nos uns com os outros. Para Lefebvre, sistemas simbólicos constroem representações do espaço – *concepções* sobre ele – e o espaço social pode ser, portanto, codificado/decodificado.

Espaço (social) não é uma coisa entre outras coisas, nem um produto entre outros produtos: ao invés disso, agrupa coisas produzidas, e circunda suas interrelações em sua coexistência e simultaneidade – sua (relativa) ordem e/ou sua (relativa) desordem. É o resultado de uma sequência e conjunto e operações, e portanto não pode ser reduzido à escala de um simples objeto. Ao mesmo tempo não há nada imaginado, irreal ou ideal sobre ele como em comparação, por exemplo, à ciência, representações, ideias ou sonhos. Como o resultado de ações passadas, o Espaço Social é o que permite que novas ações ocorram, enquanto sugere outras e ainda proíbe outras (LEFEBVRE, 1991, p. 73, tradução nossa).

No entanto, o próprio Lefebvre (1991) faz uma pergunta que parece importante aqui: se parece tão claro que o espaço é um produto social, porque essa conclusão ainda permanece oculta ou omissa nos estudos que tocam o tema? A resposta baseia-se numa "dupla ilusão" que não permite que a construção social do espaço seja patente aos estudiosos da área – e que também parece intimamente relacionada com a ideia de "segunda natureza" de Flusser. De acordo com Lefebvre, não conseguimos ver a natureza social do espaço por sermos domados ora por uma ilusão de que ele é transparente (tão somente aquilo que é dado à visão e aos sentidos), ora pela ilusão de que é opaco (mito da natureza como um mistério a ser desvendado).

A ilusão de transparência apresenta o espaço como um local "iluminado" pelo olhar, onde basta o uso da escrita ou da fala para decodificá-lo: o pressuposto é o de que uma

realidade codificada torna-se prontamente decifrável graças à intervenção primeiro da fala e depois da escrita. Sob o efeito dessa ilusão, "as pessoas acreditaram por bastante tempo que uma transformação social revolucionária poderia ser realizada tão somente por meios de comunicação" (LEFEBVRE, 1991, p. 29, tradução nossa), ao invés de crer que, num nível mais complexo, alterações na prática de produção social do espaço – o que inclui, mas não equivale a novos cenários de comunicação – mudariam o modo de produção vigente.

É necessário destacar que a compreensão de Lefebvre sobre o papel da Comunicação na modelagem do Espaço parece conflitar com o sentido fundamental que Flusser (2007) entrega ao conceito. No entanto, não há evidências suficientes nos textos de Lefebvre que apontem para uma acentuada divergência, e sim indícios de linhas de raciocínio que compartilham a mesma direção e sentido; os dois autores compreendem "comunicação" de maneiras diferentes, mas concordam sobre a determinação do espaço pela comunicação – mesmo que em escalas diferentes. Apesar de Lefebvre (1991) nomear a Comunicação – na figura dos sistemas simbólicos que sustentam a fala, a escrita e as imagens – como responsável pela construção de *conceitos* sobre o espaço, também reconhece seu papel na determinação do *percebido* e o *vivido* que modelam o espaço.

A ilusão de opacidade – ou ilusão "realista" – funciona de modo complementar à de transparência, uma vez que uma encobre a outra. Esse tipo de ilusão deriva do já referido embate entre o idealismo e suas abstrações e os dados concretos da realidade, dando preferência a situar no espaço apenas estes últimos. O exercício do observador nesse caso é o de, por assim dizer, tomar todas as camadas de produção de sentido com que cobrimos a natureza pela própria natureza; nos termos de Flusser, tomar a segunda natureza pela primeira. Aqui, "um tipo de crença peculiar ao senso comum leva ao erro de se acreditar que 'coisas' têm uma existência mais concreta do que 'o sujeito', seus pensamentos e seus desejos" (LEFEBVRE, 1991, p. 29, tradução nossa).

Dessa forma, se o espaço é constituído pelo que é *percebido*, *concebido* e *vivido* em determinada sociedade, parece haver uma pronunciada sintonia entre a concepção de "espaço social" de Lefebvre e a visão da comunicação como "ritual" de Carey. A aproximação torna-se evidente sob a noção do "tornar comum" encontrada nos dois construtos. A ideia de que todo espaço é social pressupõe que ele seja produzido de forma coletiva; o conceito de Lefebvre também não admite que o espaço possa ser visto como um recipiente imóvel, constante e vazio, uma vez que o espaço é, ao mesmo tempo, produto, produtor e o conjunto dos produtos

das ações humanas sobre a natureza; por essa razão, "[é necessária] uma abordagem que analisaria não as coisas no espaço mas o espaço em si mesmo, com uma visão que procure descobrir as relações sociais encravadas nele" (LEFEBVRE, 1991, p. 89, tradução nossa).

Fica evidente aqui a natureza polivalente do Espaço Social: "sua 'realidade' ao mesmo tempo *formal e material*. Embora seja um produto para ser usado, para ser consumido, ele também é um meio de produção; "redes de troca e fluxos de matéria-prima e energia dão forma ao espaço e são determinadas por ele" (LEFEBVRE, 1991, p. 85, grifo e tradução nossos). De maneira similar, ao descrever a ocupação do oeste dos Estados Unidos do século XIX, Carey (2009) aponta que redes de transporte e comunicação eram estendidas a territórios inexplorados de maneira conjunta; a criação e manutenção desses tipos de fluxo fazia uso dos recursos providos pelo lugar e eram, ao mesmo tempo, determinadas pelo que aquele espaço tornava possível fazer. A ideia de "tornar comum" também parece estar em paralelo com a imagem do Espaço Social de Lefebvre; a comunicação enquanto ritual não só molda as "práticas espaciais", mas também as concepções que representam o espaço, bem como as bases sobre as quais projetamos nossas experiências com o mundo.

É necessário destacar, no entanto, que a produção de Carey (2009) também parece conter leves divergências quanto à obra de Lefebvre. Enquanto o filósofo francês tem como centro de suas análises o espaço (e baliza boa parte de seus argumentos em torno dessa centralidade), Carey – ao adotar a visão da comunicação como ritual – sobrepõe a importância da variável "tempo" sobre o espaço. Conforme já descrevemos aqui, para Carey (2009), a comunicação deve ser vista não apenas como a dispersão de informação pelo espaço (comunicação como transmissão), mas sim como a preservação de uma comunidade ao longo do tempo (comunicação como ritual)<sup>19</sup>. Isso não quer dizer, como atestado pelo primeiro tópico deste texto, que Carey negligencie a conexão íntima entre Comunicação e Espaço, pelo contrário: sua análise do avanço da rede telegráfica sobre os Estados Unidos é exemplo disso.

Ao permitir a transmissão de mensagens de maneira instantânea, o telégrafo relativizou as distâncias e dominou o espaço: uma mesma frase poderia ser enviada a uma cidade vizinha ou a um vilarejo localizado a milhares de quilômetros do sinal de origem com a mesma facilidade. McLuhan elegeu a tecnologia como aquela que "terminou com a

---

<sup>19</sup> À moda de Lefebvre (1991), que tem em Marx e Engels seus principais substratos teóricos, Carey (2009) dá forma a muitas de suas interpretações com base em reflexões de Harold Innis. A tensão entre espaço e tempo na análise de aspectos ligados à Cultura e à Comunicação, por exemplo, pode ser constatada nos escritos de Innis.



diplomacia secreta" (MCLUHAN, 1990, p. 154) e o marquês de Salisbury declarou em 1889 que ela "reuniu toda a humanidade em um grande nível, em que se podia ver tudo o que é feito e ouvir tudo o que é dito e julgar cada política adotada no exato momento em que os eventos aconteciam" (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 140).

O telégrafo coloca todos no mesmo lugar para propósitos de troca; ele torna a geografia irrelevante. [...] Mas uma vez que o espaço foi, na frase do momento, aniquilado, uma vez que todos estavam no mesmo lugar para propósitos de troca, o tempo como uma nova região de experiência, incerteza, especulação, e exploração foi aberta às forças do comércio (CAREY, 2009, p.167-169).

Nesse momento do século XIX, em que a mesma mensagem podia ser decodificada com segundos de diferença entre Boston e Washington e cabos submarinos e navios a vapor rompiam o Atlântico levando informação, mercadorias e pessoas, a ideia de "distância" parecia completamente dominada pela técnica. Nesse novo cenário, levar algo de um ponto a outro já não era uma questão de possibilidade, mas de *tempo*. O controle e planejamento dessas vias e canais de circulação – de informações, pessoas, mercadorias, etc. – tornou-se mais importante (Cf. BRIGGS; BURKE, 2004; VIRILIO, 1996), à medida que as opções de deslocamento aumentavam e davam vazão a grandes fluxos migratórios (PAULO, 2006). Aqui, é evidente a associação entre redes de transporte e comunicação que conduziu a Academia ao que Carey (2009) chama de "visão da comunicação como transmissão" – e que ainda pode ser constatada em linhas de obras contemporâneas:

Apesar das investigações comprobatórias sobre os traçados urbanos, a cidade não foi prioritariamente percebida como habitat humano penetrado por *uma via de comunicação rápida (rio, estrada, litoral, via férrea...)*. Ao que parece, esqueceu-se que a rua é tão somente uma estrada atravessando uma aglomeração urbana, ainda que, a cada dia, entretanto, a legislação sobre a "limitação de velocidade" dos veículos nas cidades nos evoque essa continuidade do deslocamento, do movimento, que apenas a velocidade pode modular (VIRILIO, 1996, p. 21, grifo nosso).

Além da associação a que nos referimos, o trecho da obra de Virilio (1996) ainda faz menção à velocidade, eleita pelo francês como senhora de nossa Era e instrumento para levar a cabo a revolução dromocrática. Ela seria responsável por ditar o ritmo, a frequência e a intensidade dos fluxos humanos – num mundo em que o "tempo" se abre como novo horizonte de exploração e experiências. A "continuidade do deslocamento, do movimento"

reafirma a circulação ininterrupta de pessoas e informações dentro de um espaço social, bem como a interação desse espaço com outros tantos.

Augé (1996) afirma que se o espaço pode ser definido em termos geométricos elementares – tais como a linha, a interseção das linhas e o ponto de interseção – estes corresponderiam respectivamente aos "itinerários, eixos ou caminhos que conduzem de um lugar a outro e foram traçados pelos homens" (linhas), aos "cruzamentos e praças onde os homens se cruzam, se encontram e se reúnem" (interseções), e finalmente aos "centros mais ou menos monumentais, sejam eles religiosos ou políticos, construídos por certos homens e que definem, em troca, um espaço e fronteiras além das quais outros homens se definem como outros, em relação a outros centros e outros espaços" (pontos de interseção) (AUGÉ, 1996, p. 55)<sup>20</sup>. O espaço social, portanto, enquanto uma "abstração concreta" (LEFEBVRE, 1991), não equivale apenas à sua delimitação física, mas ao concebido/percebido/vivido; ruas, praças e monumentos são produtos e pilares de encontros, relações e memórias humanas.

Com a fácil transposição do espaço físico, uma visão relacional do espaço parece mais adequada à realidade da modernidade. Sob essa ótica, uma cidade passa a ser mais do que um aglomerado de prédios e ruas para corresponder às redes e fluxos de troca que a moldam e atravessam – se o espaço social é uma criação do homem, eliminar a teia de relações humanas que o sustenta equivale a retirar-lhe sua essência (FLUSSER, 1983; PAULO, 2006). Uma cidade seria, portanto, um "campo intersubjetivo de relações", uma rede de relações entre seres humanos, onde "as linhas dessa rede devem ser vistas como canais pelos quais informação na forma de representações, sentimentos, intenções ou conhecimento fluem" (FLUSSER, 2005, p. 325, tradução nossa)<sup>21</sup>.

Para Flusser (2005), redes de nós mais densos formam pontos de atração para os fluxos humanos, porque concentram mais possibilidades de relações – a esses pontos, Flusser

---

20 É evidente que uma compreensão do espaço realizada por meio da geometria evocaria termos e conceitos de outra ordem, que nos remeteriam a discussões nos campos da Lógica e da Matemática, com menção a autores como Wittgenstein (2001; 2003), De Morgan (1841), Frege (1960) ou mesmo Bell (2007). Nossa linha de argumentação aqui, no entanto, apesar de suportar inferências desses autores, seria dominada por uma digressão da interpretação que desenvolvemos aqui sobre o conceito de espaço. Em linhas gerais, nosso esforço não é o de definir o espaço, mas o de compreender (minimamente) sua essência social e fornecer substrato para a análise que apresentaremos no terceiro capítulo deste trabalho. É necessário reconhecer, no entanto, que um tensionamento interdisciplinar qualificado entre as duas linhas de pesquisas urge de ser feito, e pode muito bem compor trabalhos e pesquisas futuros do autor desta dissertação de mestrado.

21 Flusser chega a afirmar, em tom laudatório, que uma imagem da humanidade desse tipo é "óbvia", uma vez que corresponde a conceitos encontrados em outras áreas do conhecimento, "por exemplo, ecologia (organismos são amarrações conjuntas de ecossistemas); biologia molecular (fenotipos são nós de informação genética); ou física atômica (corpos são as amarrações de quatro forças de campo)" (FLUSSER, 2005, p. 325, tradução nossa).

(2005) confere o nome de "cidades". Nessa imagem de cidade, fica evidente sua natureza imaterial, considerando que "não há nem casas nem praças nem templos que sejam reconhecíveis, mas apenas uma rede de fios, uma confusão de cabos" (FLUSSER, 2005, p. 326, tradução nossa) ligando um mesmo indivíduo a diferentes redes – a família; o grupo de funcionários de uma empresa; o conjunto de clientes da mesma padaria; o país; o mundo; a humanidade.

### *Mapas, Local e Global*

Se o concebido/percebido/vivido variam em cada país, cidade ou escola, por exemplo, então é plausível admitir que existam vários espaços sociais. E por não serem "coisas", espaços sociais não têm limites físicos, como as paredes de uma casa, por exemplo. Ao invés de tomar divisórias como fronteiras que separam espaços diferentes, Lefebvre (1991) afirma que a relação entre espaços sociais não é a de isolamento, mas de uma "continuidade ambígua", tal como as ondas no mar. Embora possamos diferenciar uma onda da outra – menor/maior, mais/menos densa, etc. – todas elas se confundem, se cruzam, se misturam ou se chocam e, além disso, são essencialmente formadas pela mesma matéria.

A discussão da dinâmica dos fluxos e das redes remete-nos a um outro recurso retórico (e conceitual) que aproxima as falas de James Carey e Lefebvre: a metáfora do *mapa*. Embora a existência das redes humanas que mencionamos pareça tão clara, a verdade é que não conseguimos vê-las de fato – e mesmo que um espaço social seja um produto criado pela coletividade, a visão que um membro dessa coletividade tem desse espaço só pode ser compartilhada ou comunicada (ou "tornada comum", nos termos de Carey) por meio de um mapa. O mapa é a materialização visual dos consensos sobre o concebido/percebido/vivido (Cf. LEFEBVRE, 1991); a metáfora para a disposição mental que fazemos dos elementos simbólicos da realidade (Cf. CAREY, 2009).

Partindo do princípio de que a realidade assume existência por meio da comunicação – a "construção, apreensão e utilização de formas simbólicas" (CAREY, 2009, p. 20, tradução nossa) – e de que a natureza caracteriza-se por ser entrópica, desordenada, Carey (2009) infere que a camada simbólica com que cobrimos o mundo adiciona referências para orientação – *exatamente como num mapa*. Num raciocínio similar, para Lefebvre (1991), a representação gráfica do mapa é uma tentativa de traduzir um Espaço Social em códigos

visuais e verbais (se considerarmos nomes, anotações e legendas).

Falando objetivamente, no entanto, o francês vê limitações no uso do mapa para representar espaços. De acordo com Lefebvre (1991), a (de)codificação completa de um espaço por meio de um mapa não seria possível não só porque os códigos e os objetos que ele procura representar estão sujeitos à mudança, mas também as lentes por meio das quais eles são vistos e a escala utilizada podem ser alterados a qualquer tempo. Dito de outra forma, um mapeamento de determinado espaço pode (e vai) cruzar-se com o de outros espaços, dado que "temos uma multiplicidade ilimitada ou incontável de conjuntos de espaços sociais" que se atravessam mas, ainda assim, "nenhum espaço desaparece no processo de crescimento e desenvolvimento: *o global não exclui o local*" (LEFEBVRE, 1991, p. 86, tradução nossa; grifos do autor).

Se, para Augé (1996), linhas e interseções equivalem a itinerários e cruzamentos da cidade, o "*local*" ou "*o lugar*" seria o equivalente do ponto. Michel de Certeau (1998) parece entender o lugar justamente nesses termos, definindo-o em oposição à ideia de espaço; as redes e os fluxos de pessoas e informação transformam em espaço o que na planta da cidade designa a rua como um lugar. Na mesma direção, mas em sentido oposto, Augé define "o lugar" como "a ideia, parcialmente materializada, que têm aqueles que o habitam de sua relação com o território, com seus próximos e com os outros" (AUGÉ, 1996, p. 54); trata-se, portanto, de *um espaço identitário, relacional e histórico*<sup>22</sup>.

Remontando ao olhar do etnólogo, Augé (1996) infere que o lugar "é simultaneamente princípio de sentido para aqueles que o habitam e princípio de inteligibilidade para quem o observa" (AUGÉ, 1996, p. 51). Portanto, o lugar – ou o concebido/percebido/vivido em determinada localidade – é uma instância de reconhecimento de si e daqueles que não se originaram nele. Ainda assim, "essa ocupação singular e exclusiva [de um espaço] é mais a do cadáver no túmulo do que a do corpo que nasce ou vive" (AUGÉ, 1996, p. 52), justamente porque – como já expomos na seção dedicada à Comunicação – o ser humano busca comunicar-se. Daí as trocas, movimentos, diálogos e discursos que tornam o espaço eminentemente relacional.

A comunicação como o "tornar comum" de Carey (2009) também envolveria o espaço

---

<sup>22</sup> É preciso reforçar que, tendo essa definição em foco, nossa atenção neste texto de dissertação está concentrada na dimensão relacional do espaço/lugar. Questões mais diretamente associadas à identidade e à figura do indivíduo moldada e modeladora do lugar; ou à prevalência do espaço na memória e sua suspensão/dilatação no tempo são assuntos que serão abordados com grande interesse em pesquisas futuras, também balizadas por escritos sobre Comunicação.

dividido com os outros; relações entre os habitantes dali podem conformar uma identidade partilhada em torno das práticas no lugar comum. Quanto à natureza histórica do lugar, frequentemente – excluídos os casos de migrações e movimentos similares –, o lugar que habitamos é aquele construído pelos nossos antepassados (AUGÉ, 1996); o lugar em que se desenvolvem nossas relações hoje é resultado da construção anterior de um espaço cujas referências simbólicas que nos guiam – como num mapa – são fixadas pela memória.

No entanto, a onipresença da velocidade (VIRILIO, 1996) a dinâmica dos fluxos da contemporaneidade (Cf. PAULO, 2006), e o fato de que não mais construímos nosso tempo e sim o consumimos (LEFEBVRE, 1991), criaram espaços que não suportam qualquer vínculo identitário, não servem à interação social e ainda não alimentam ou são alimentados pela memória; Augé (1996) chama esses locais de "não-lugares". Estações de trem, aeroportos, autoestradas e até supermercados transformam-nos em clientes, passageiros, usuários que só são identificados, socializados e localizados na saída ou na entrada, de acordo com o autor francês. No "não lugar", o indivíduo vê-se sozinho em locais que geralmente servem ao trânsito de multidões.

O único rosto que se esboça, a única voz que toma corpo, no diálogo silencioso que ele prossegue com a paisagem-texto que se dirige a ele como aos outros, são os seus – rosto e voz de uma solidão ainda mais desconcertante porque evoca milhões de outras. O passageiro dos não lugares só reencontra sua identidade no controle da alfândega, no pedágio ou na caixa registradora. Esperando, obedece ao mesmo código que os outros, registra as mesmas mensagens, responde às mesmas solicitações. O espaço do não lugar não cria nem identidade singular nem relação, mas sim solidão e similitude (AUGÉ, 1996, p. 95)

Também não há espaço para a história nesses locais, "eventualmente transformada em elemento de espetáculo, isto é, na maior parte das vezes, em textos alusivos. A atualidade e a urgência do momento presente reinam neles [...] Eles se vivem no presente" (AUGÉ, 1996, p. 95). O quadro pode parecer um tanto exagerado, se considerarmos os encontros e interações sociais legítimas que vivenciamos ao transitar por "não lugares", no entanto, o próprio Augé (1996) reconhece que lugares e não lugares se interpenetram e se revezam em um mesmo espaço, como "polaridades fugidias: o primeiro nunca é completamente apagado e o segundo nunca se realiza completamente" (AUGÉ, 1996, p. 74).

A existência dos não lugares é vista por Augé como uma oportunidade de uma "experiência sem verdadeiro precedente histórico de individualidade solitária e de mediação

não humana (basta um cartaz ou uma tela)"<sup>23</sup> (AUGÉ, 1996, p. 108). Dessa forma, a experiência do não lugar é "indissociável de uma percepção mais ou menos clara da aceleração da história e da redução do planeta" (AUGÉ, 1996, p. 109), se considerarmos que as ações e os usos que fazemos desses espaços são relativamente as mesmas em Pequim, Póznán, ou Antananarivo – ou ainda, se levarmos em conta que os não lugares servem justamente a operações de troca e conexão realizadas, com frequência, em escala global.

Não se pretende aqui aludir à imagem errônea e já desmistificada por Hall (2001) e tantos outros de um mundo homogêneo, e sim à figura da Aldeia Global de McLuhan, cujas características já expomos com mais detalhes no tópico anterior. Para Lefebvre, "os *lugares* do espaço social são muito diferentes daqueles do espaço natural no sentido de que não são simplesmente justapostos: eles podem ser combinados, intercalados, sobrepostos – podem até mesmo colidir" (LEFEBVRE, 1991, p. 88, tradução nossa) – dessa forma, o local não desaparece, uma vez que nunca é absorvido pelo regional, o nacional ou o global; a figura da Aldeia Global não obliterou o espaço do lugar, mas apenas potencializou seu alcance por meio das mídias elétricas.

Com a criação de ambientes manipulados por programas de computador – associada à multiplicação dos fluxos, da velocidade e do volume de informações de outrora –, vários autores passaram a empenhar-se no desenho de uma nova configuração espacial para o nosso tempo. Conforme o próprio McLuhan (2007), uma vez que conseguimos enxergar nitidamente os processos que regem nossa realidade, certamente uma outra configuração já se desenha no quadro da realidade perceptível. E se o retrato de uma Aldeia Global já nos parece tão claro, poderíamos estar, portanto, diante dos "rascunhos" – já que o desconhecimento de um contexto é o que nos permite afirmar sua existência (MCLUHAN, 1996; MCLUHAN, 2007) – de uma "Aldeia Glocal".

Nesse sentido, a "aldeia glocal cibernética" seria uma opção de ilustração das comunidades cibernéticas que se formam nos ambientes da internet (NICOLA, 2007). Para Trivinho (2007), a "glocalização" corresponde a "uma condição mediática de vida nem global, nem local, mas antes entretida inextricavelmente por ambas as dimensões – então

---

23 A forma como os não lugares operam reforçam o diagnóstico de Flusser (2007) quanto à dupla alienação imposta pelas imagens e a ascensão dos aparelhos em nosso tempo. Nestes espaços, a troca de informações é realizada, numa escala cada vez maior, entre o usuário e algum tipo de autômato – máquinas para sacar/receber dinheiro, telas informando horários de voo e traslado de trens ou ônibus – ou entre o usuário e algum tipo de imagem/texto – placas, cartazes e informativos que ilustram, mencionam e, por fim, substituem o convívio com os locais, objetos e pessoas a que se referem.

dissolvidas – num processo comunicacional único (TRIVINHO, 2007, p. 11)”. Todavia, como já mencionamos e conforme Lefebvre (1991) e Augé (1996), a ideia de fronteiras ou limites bem definidos que separam espaços sociais nunca pareceu fazer sentido – mesmo antes da minimização das distâncias, do surgimento dos não lugares ou da dispersão da internet pelo mundo, a imagem de espaços sociais diferentes como ondas que se confundem e se misturam já poderia ser admitida.

### *Ciberespaço, mídias locativas e mobilidade*

Questionando como a tecnologia computacional é distribuída e a quem ela serve, Lefebvre observa que "sabemos o bastante sobre essa área para suspeitar da existência de um espaço peculiar à ciência da informação mas não o bastante para descrever esse espaço, muito menos para reclamar uma convivência íntima com ele" (LEFEBVRE, 1991, p. 86, tradução nossa). Se o excerto já nos parece um tanto datado, frente à utilização massiva de ambientes digitais em todo o globo, ainda há sentido em considerar que o usuário médio não conhece a fundo a operação dos espaços formados por *bits* – conforme já evidenciamos na apresentação da perspectiva de Flusser (2002; 2007; 2008) sobre os programas, as imagens técnicas e a filosofia da caixa preta.

Criamos, com a manipulação de informação pura, novos espaços *interativos* e, ao mesmo tempo, novas formas/códigos para nos comunicarmos dentro deles (Cf. LEMOS, 2002; 2005; NITSCHKE, 2006). Tais espaços estão “materializados” nos sites e ferramentas acessíveis pelos navegadores de internet (LEMOS, 2002; 2004), nos ambientes gerados pelos videogames (NITSCHKE, 2006; MURRAY, 1997), nos aplicativos diversos visualizados nas telas de dispositivos móveis (PELLANDA, 2009; 2011) ou, para resumir nos termos de Flusser (2002; 2007; 2008), nas imagens técnicas da nulodimensão.

Em grande parte da literatura sobre o tema, todas essas formas de imagem técnica são reunidas sob a noção de ciberespaço. Conforme Ferrara (2010), "Ciberespaço" não parece equivaler exatamente a um conceito, mas uma espécie de referência à lista com dezenas de nomes que foram criados para designar os espaços que mencionamos acima. Entre aqueles mencionados por Ferrara (2010), destacamos “Superestrada da informação”, "a comunidade virtual", "virtualização como êxodo", "consciência simultânea partilhada", "a dimensão perdida" e talvez o mais emblemático para nossa discussão, "espacialização da experiência",

expressão de Manovich (2006).

As expressões fazem menção a todo tipo de produto criado com base em *software* em que há qualquer sensação de espacialidade – *navegamos* por páginas de internet, *estamos no* Facebook e *percorremos* ambientes ficcionais nos videogames (Cf. FERRARA, 2010). Pretendemos elaborar melhor essa distinção na seção dedicada ao conceito de "Jogo"; por hora, concentraremos-nos nas formas do ciberespaço que não abarcam os jogos, tais como páginas da web em geral – sites informativos, de compartilhamento de mídia (texto/foto/vídeo), redes sociais, blogs, e afins –, e tecnologias que recorrem a softwares ou à internet para funcionarem – aplicativos e utilitários como editores de texto, os *apps* nos celulares inteligentes, e programas de *desktop* com as mais diversas aplicações.

Por muito tempo, sistemas de compreensão criados e sustentados por autores como Levy (1996), Rheingold (1993) e Wertheim (2001) orientaram divisões duvidosas entre um mundo supostamente "real" e concreto e um mundo "virtual" e projetado, numa espécie de resgate do dualismo platônico ou ainda, de uma tensão entre planos materiais e imateriais. Frequentemente encontramos nessa literatura tentativas de exploração das "novas fronteiras criadas pela internet", a ideia de que o ciberespaço substitui gradualmente o espaço em que nos deslocamos com os pés, e a confusão entre espaços de jogo, narrativa e de disposição de dados – feita por meio de imagens estáticas, textos, vídeos ou algum tipo de visualização interativa.

O advento de ambientes digitais representa tão somente um novo conjunto em potencial de espaços sociais que recobrem a cidade/mundo da Aldeia Global; nada mais é do que "a *expansão* dessa ordem à parte formada pelo homem, de sua saída da natureza na construção da 'segunda ordem artificial'" (LEMOS, 2004, p. 132, grifo nosso). De acordo com a escala da abstração de Flusser (2002; 2007), cuja estrutura já traçamos na primeira seção deste capítulo (dedicada à Comunicação), as imagens que colorem as telas dos computadores – sites informativos, fóruns, aplicações de redes sociais ou qualquer outra visualização de software que o monitor exibir – são inobjetos, imagens técnicas de textos formados por linhas de código. Nesse sentido, interações no ciberespaço se realizam na escala máxima da abstração: trata-se de uma comunicação nulodimensional, inscrita na segunda natureza criada pelo homem.

Reforçando nossa defesa, Lemos (2007) aponta que



Visões correntes da cibercultura apostam nas tecnologias como dispositivos que irão dissolver todos os problemas de fronteira. [...] Essa visão parte da incompreensão dos processos desterritorializantes e de uma visão meramente física do território, afirmando que o espaço geográfico, as cidades e as fronteiras desaparecerão. [...] O ciberespaço é efetivamente desterritorializante, mas essa dinâmica não existe sem novas territorializações. (LEMOS, 2007, p. 2-3).

Para Lemos, territórios informacionais "são lugares onde se exercem controles do fluxo de informação na ciberurbe marcada [...] pela imbricação dos espaços eletrônico e físico" (LEMOS, 2008, p. 15). Esse processo de territorialização/desterritorialização não se trata, no entanto, de "trocar de espaço" como sugerem as interpretações a que já aludimos: "O território informacional não é o ciberespaço, mas o espaço movente, híbrido, formado pela relação entre o espaço eletrônico e o espaço físico" (LEMOS, 2008, p. 14).

Nesse sentido, situar um "lugar" – território relacional, identitário e histórico (AUGÉ, 1996) – no ciberespaço não parece tarefa absurda, uma vez que pode-se encontrar ali uma *extensão* dos vínculos identitários e redes de relações e memórias que criamos no "mundo físico". Por outro lado, considerando que o espaço criado pelo humano não é eminentemente geográfico, e sim social – e portanto, concebido/percebido/vivido –, a noção de ciberespaço não remete tanto a uma localidade, mas a uma sensação, uma *ambiência* figurada nos caminhos infinitos a que se parece ter acesso sentado em frente a um computador; a metáfora da Aldeia Global de McLuhan pode ser perfeitamente compreendida sob essa perspectiva, mas encontraria problemas para ser explicada se questionássemos como é que alguém pode percorrer milhas estando parado de frente ao ecrã. O que aconteceria se nos movéssemos no "mundo físico" acessando o ciberespaço simultaneamente?

O aumento vertiginoso do uso do celular nas duas últimas décadas e a criação de softwares que utilizam mecanismos de geolocalização acrescentaram ainda mais elementos para a reflexão sobre a natureza do(s) espaço(s) que habitamos ou percorremos em nossos dias. Wilken (2012), Pellanda (2009; 2011) e Lemos (2004; 2009) atestam o crescimento em âmbito mundial e também em território nacional das chamadas Mídias Locativas, "um conjunto de tecnologias e processos info-comunicacionais cujo conteúdo informacional vincula-se a um lugar específico. [...] Trata-se de processos de emissão e recepção de informação a partir de um determinado local" (LEMOS, 2008, p. 1). Aplicativos de *smartphones*, realidade aumentada (AR), etiquetas de radiofrequência (RFID), aparelhos de GPS e até mesmo redes sem fio (Wi-fi, 3G, NFC, *Bluetooth*) são exemplos desse tipo de mídia,

onde "o fluxo comunicacional dá-se localmente, identificando a posição do usuário e propondo serviços locais" (LEMOS, 2010, p. 7).

Há classificações diversas sobre as quais falaremos mais no capítulo dessa dissertação dedicado às análises, mas cabe apontar que, conforme encontramos em Lemos (2007; 2008; 2010), Tuters (2012), Zeffiro (2012) e Lenz (2006), existem diversas aplicações para dispositivos móveis que propõem usos da tecnologia como intervenções artísticas, *geotags*, monitoramento e vigilância, jogos e facilitadores para encontros no "espaço físico". Dessa forma, as mídias locativas não inauguram, mas intensificam as relações entre o espaço físico e o ciberespaço; o mapeamento que fazemos do espaço físico para guiarmos ações, percepções e memórias (Cf. CAREY, 2009) permanece nesses dias e fica mais evidente. Aqui, "lugar e contexto são elementos essenciais, exigindo a copresença do usuário, dispositivos, lugares, *softwares*" (LEMOS, 2010, p. 7).

Pellanda (2011) se refere ao "lugar" e ao "encontro físico" como "elementos novos na sociabilização da cibercultura, [...] mais ligados ao mundo pré-internet e que agora são potencializados e amplificados" (PELLANDA, 2011, p. 166). Embora seja possível enxergar nessa afirmação ecos da equivocada perspectiva de separação entre mundos reais/virtuais a que já nos referimos, parece plausível admitir que temos passado uma parte maior do nosso tempo nos "não lugares", que renegam as interações sociais e são reservados ao trânsito e ao abrigo dos fluxos (AUGÉ, 1996). Santaella (2008a; 2008b; 2008d) endossa a assertiva ao sugerir que utilizamos o espaço público cada vez mais apenas para fins de circulação, evitando encontros que não sejam mediados na nulodimensão.

O impacto desses desenvolvimentos na relação entre espaços midiáticos e espaços urbanos tem sido profundo (McQuire, 2006) e nos leva a confirmar que o desenvolvimento e crescimento de complexidade das tecnologias comunicacionais não está se dirigindo para a dissolução das cidades, dos corpos, do mundo físico, mas para a intersecção do físico com o virtual. A integridade do corpo biológico, cuja perda iminente foi tão lastimada, está na realidade se transformando rapidamente em um conjunto de extensões ligadas a um mundo híbrido, pautado pela interconexão de redes e sistemas on e off line (Beiguelman, 2006: 153). Assim, nós continuamos a habitar esferas físicas, em urdiduras nas quais várias outras esferas virtuais se misturam, sem que os ambientes físicos desapareçam (SANTAELLA, 2008b, p. 131)

Embora a separação entre "real" e "virtual" esteja descartada no excerto, mais uma vez, a ideia de uma "intersecção" entre dois espaços implica o reconhecimento de fronteiras

específicas para cada um deles e, portanto, de ambientes que aparentemente não se comportam como vasos comunicantes, e sim como conjuntos delimitados, cujo único ponto de coincidência são suas interseções. No entanto, como já apontamos, essa concepção não parece fazer sentido, frente ao fato de que "esferas físicas" ou "virtuais" são parte do mesmo universo de artifícios criados pela técnica humana, diferenciados pelo nível de abstração que utilizamos para nos comunicarmos em cada caso. Além disso, lugares e não lugares (AUGÉ, 1996) assim como espaços sociais diferentes (LEFEBVRE, 1991) confundem-se, interpenetram-se e se revezam na construção de ambiências (MCLUHAN, 2007) e mapas mentais (CAREY, 2009) que moldam o espaço que nos cerca e nos guiam dentro dele.

Mídias locativas tornariam sem sentido esse esforço de distinção entre os espaços eletrônico e físico justamente por estarem vinculadas aos dois; numa estrutura de vasos comunicantes, as mídias locativas estariam no braço que une os dois vasos – que ao contrário do que apontam visões correntes, dividem a mesma essência ou matéria: relações, identidades e memórias são partilhadas, mesmo que assumam formas diferentes. Para Lemos, essa característica é derivada da ideia de território informacional, que "cria um lugar, dependente dos espaços físico e eletrônico a que ele se vincula" (LEMOS, 2007, p. 14). Portanto, nesse contexto, o território informacional "é assim como o circo ou o navio (a heterotopia por excelência para Michel Foucault), criando lugares mesmo estando ou passando por diferentes espaços" (LEMOS, 2007, p. 14). Acessar um aplicativo móvel por meio de uma rede Wi-fi durante um passeio no parque, portanto, equivale a deslocar o corpo no convés de um cruzeiro que desliza sobre o oceano.

Para Lemos (2009; 2010), a emergência dessa tecnologia marca uma nova fase no uso da internet. Num primeiro momento, o fluxo de informações dava-se predominantemente pelo *upload* de dados para o ciberespaço, ao passo que o *download* dessas informações acumuladas começa a tornar-se a prática mais corrente, impulsionada sobretudo pelas mídias locativas. Contudo, ainda que tomado em sentido metafórico ou em referência à experiência do usuário, o uso dos termos é problemático, já que *download* e *upload* ocorrem simultaneamente em várias operações na internet; além disso, como pretendemos demonstrar no terceiro capítulo dessa dissertação, o *download* ainda é uma operação central no uso de mídias locativas. O que podemos admitir é que de fato, enquanto o lugar tinha um papel relativo na configuração anterior, o contexto passa a desempenhar função crucial para as aplicações e objetos sensíveis à localização do usuário (Cf. LEMOS, 2009; 2010).

Lenz (2006) e Lemos (2008; 2007) compilam programas com diversas funções locativas que pressupõe o encontro de seus usuários em ambiente físico. Conforme notam Tuters (2012) e Zeffiro (2012), uma grande parte dos softwares criados na alvorada desses dispositivos ficava restrita a feiras de conceitos tecnológicos e intervenções artísticas levadas a cabo por pequenos grupos de universitários. Os desenvolvimentos (ainda mais) recentes, no entanto, apontam para usos comerciais intensos da tecnologia, como também para a associação entre programas locativos e interações face a face. Parte disso deve-se ao surgimento do que Silva e Frith (2010) chamam de *redes sociais móveis locativas* ou LMSN, do termo em inglês. Essas aplicações

representam um tipo específico de serviço baseado em localização (LBS), no qual, além de fornecer informação específica de um local, permitem que os usuários se localizem no espaço físico por meio de representações deles *em um mapa* exibido nas telas de seus celulares. LMSNs podem ser compreendidas em quatro partes: (1) LMSNs são redes [...]; (2) LMSNs são formadas quando os nós de uma rede social (pessoas) são móveis porque estão equipados com dispositivos móveis de comunicação [...]; (3) LMSNs são aplicações comerciais disponíveis para usuários de celular; (4) LMSNs referem-se especificamente a aqueles tipos de aplicação que empregam recursos de localização que permitem visualizar a localização física dos nós da rede social (pessoas) em um mapa na tela do dispositivo móvel (SOUZA e FRITH, 2010, p. 486-48, grifo e tradução nossos)

Nesse sentido, há que se reconhecer que muitos desses softwares são orientados para o encontro físico de seus usuários; ou, nos termos de Flusser (2002; 2007; 2008), para a transição de comunicação nulodimensional para uma tridimensional. Mesmo assim, como pretendemos demonstrar na análise que pretende-se empreender no terceiro capítulo dessa dissertação, não há uma "transição" absoluta, justamente porque os diálogos/discursos não são mantidos num único nível de abstração durante toda a linha de comunicação e, como já apontamos, não há relação de substituição entre as dimensões.

Atento à crescente miniaturização e portabilidade dos dispositivos de comunicação, Flusser (2007) também preconizava em seus textos o retrato de uma Aldeia Global onde todos estivessem conectados entre si e capazes de armazenar, processar e transmitir informações em qualquer lugar, permitindo a *mobilidade* de seus usuários.

Exatamente como o homem primitivo, que sem mediação alguma apreendia a natureza com as mãos e, graças a elas, podia fabricar a qualquer momento e lugar, os futuros funcionários, equipados com aparelhos pequenos,

minúsculos ou até mesmo invisíveis, estarão sempre prontos a fabricar algo, em qualquer momento e lugar. [...] Graças aos aparelhos, todos estarão conectados com todos onde e quando quiserem, [...] todos poderão se apropriar das coisas existentes, transformá-las e utilizá-las. (FLUSSER, 2007, p. 41).<sup>24</sup>

O que prevalece, portanto, é a ideia da retomada de um estado anterior da comunicação sob nova forma; as imagens técnicas acessíveis e produzíveis em qualquer lugar nos devolveram a uma era de prevalência das imagens, conformando a pós-história a que já nos referimos aqui (Cf. FLUSER, 1983; 2002; 2007; 2008). Fica evidente no excerto, ainda, a ideia de que o espaço é uma produção: o espaço físico que nos cerca adquiriu sentido quando deixou de pertencer à natureza, coberto com uma camada de códigos que decodificamos ao interagir com ele (Cf. FLUSER, 1983; 2002; 2007; 2008).

Para Certeau (1998), "os jogos dos passos moldam espaços. Tecem os lugares." Assim, "sob esse ponto de vista, as motricidades dos pedestres formam um desses 'sistemas reais cuja existência faz efetivamente a cidade', mas 'não têm nenhum receptáculo físico'. *Elas não se localizam, mas são elas que espacializam.* (CERTEAU, 1998, p. 176, grifo nosso)". É conveniente destacar que em nossos dias, tecnologias locativas identificam com relativa precisão todo o trajeto percorrido pelo usuário, estimando até mesmo o número de passos dados. O caminhar como forma de mapeamento e apreensão do espaço, no entanto, não é nada novo:

O andar como forma de criar um território já era uma realidade desde o paleolítico. O *walkabout* (Careri, 2005) dos aborígenes da Austrália era uma forma de *mapear* territórios a partir de andanças pelo espaço. Essas marcas davam sentido, criavam um "lugar". A mesma função encontramos na apropriação e na escrita do espaço urbano presentes na deriva e nas situações da arte de andar [representada pelas mídias locativas, por exemplo] (LEMOS, 2007, p. 14, grifo nosso)

Meyrowitz (2003) afirma que a conformação de grupos sociais diferentes ao longo dos séculos – bandos nômades, tribos e vilas, cidades e impérios – criaram um número cada vez maior de "esferas experienciais", separando espaços que delimitam permissões e papéis

---

24 É digno de nota destacar nesse excerto uma contradição quanto à interpretação dúbia de Flusser sobre o papel do corpo. Enquanto em outros textos – conforme atestado por nossa exposição no capítulo dedicado à Comunicação – o filósofo parece admitir o corpo como a primeira mídia do homem, aqui, diz literalmente que o homem primitivo ao apreender o mundo da natureza com as mãos, o fazia "sem mediação alguma". Há que se considerar, no entanto, que a expressão pode ter sido usada tão somente para reforçar a distância entre as duas situações descritas no excerto.

sociais antes indistintos. Enquanto em nossos dias crianças são separadas até mesmo por faixa etária num ambiente que já é destinado especificamente a elas – a escola –, crianças e adultos dividiam o mesmo espaço na pré-história para brincadeiras da infância e o sexo dos adultos, por exemplo (MEYROWITZ, 2003). Com a ubiquidade das televisões, computadores e celulares, "os mundos de nossas crianças estão cheios de imagens de violência, sexo e morte, assim como as imagens e sons das banalidades da vida adulta" (MEYROWITZ, 2003, p. 5, tradução nossa).

Sob essa ótica, Meyrowitz sugere que os meios eletrônicos criaram não uma "Aldeia" global, onde todos têm usos do espaço e papéis sociais fixos e distintos – como o "homem da era mecânica" de McLuhan –; na verdade, evocam a imagem de um "Nomadismo Global". A superação da metáfora de McLuhan, portanto, aponta para a existência de um novo tipo de nomadismo onde nos movemos por meio de cliques e passos, lendo e escrevendo o espaço num estado de conexão permanente, sempre inseridos em *redes* que atravessam dimensões de abstração diferentes. Frente a esse aspecto, "lugares são redes de atores que conectam sempre outros lugares e temporalidades. Não é o global no local, nem o local além do global, nem mesmo o 'glocal'" (LEMOS, 2013, p. 52) – o excerto faz menção à Teoria Ator-Rede (TAR).

Para além da visão que já cunhamos aqui do espaço como uma produção social, uma coleção de redes de relações humanas, a TAR – cuja essência pode ser encontrada em Latour (2005) – amplia o *status* de “conectado” aos objetos, considerando os resultados de nossas associações (temporárias) com eles:

Rede, para a TAR, não é infraestrutura, mas o que é produzido na relação entre humanos e não humanos. Não estamos falando de redes de computadores, de redes sociais, de redes de esgoto... Rede é aqui um conceito dinâmico. Não é o que conecta, mas o que é gerado pelas associações. Não é algo pronto, por onde coisas passam, mas o que é produzido pela associação ou composição de atores humanos e não humanos. Rede não é estrutura, mas o que é tecido em dada associação. Quando falamos de rede, estamos falando de mobilidade. Ao olharmos o mundo, vemos redes se fazendo e se desfazendo a todo momento. O conceito de rede visa apreender algo pulsante, o que se forma e se deforma aqui e acolá pela dinâmica das relações (LEMOS, 2013, p. 53).

O que parece bastante claro na maior parte das perspectivas sobre a relação entre redes humanas e o espaço e é a ideia de *mobilidade*; não existe rede sem movimento ou fluxo. Assim, ao analisarmos mídias locativas, deveríamos " pensar na proximidade em termos de forças de conexões ao invés de localização, já que atores separados espacialmente podem

sempre estar mais fortemente conectados"(TUTERS, 2012, p. 274, tradução nossa).

Galloway e Mathew (2005) chegam a identificar elementos coincidentes entre esse tipo de tecnologia e a Arqueologia, uma vez que ambas são tidas como práticas socializantes e espacializantes e colocam pessoas e objetos num mesmo grupo. Tutters (2012) observa que emerge das discussões sobre mídia locativa "uma noção muito mais relacional de proximidade com os objetos", em que "além de nos localizarem fisicamente em relação a eles, objetos tornam-se posicionados em relação um ao outro, e crucialmente, são representados como um grupo de informações, em relação aos quais formulamos *mapas cognitivos* (TUTERS, 2012, p. 275, grifo e tradução nossos)

A progressiva miniaturização dos aparelhos e a computação ubíqua reservam consequências ainda mais drásticas para nossa experiência com o espaço: a chamada "internet das coisas" não só potencializa nossas extensões e multiplica as possibilidades de interação, como também aumenta a quantidade de programas dispersos no espaço; nos termos de Flusser, *objetos* passam a ser responsivos, programáveis e aceitam *inputs* que vão gerar algum tipo de resultado – exatamente como os *inobjetos*. Greenfield (2006) e Mattern e Floerkemeier (2010) observam como objetos comuns conectados em rede – de escovas de dente e canecas a geladeiras e quartos inteiros – não significam tão somente "em todo lugar", mas também "em tudo"; mais importante, a *pervasive computing* só alcança seu propósito se o uso desses "objetos inteligentes" parecer extremamente natural e não necessitar de intervenção humana – ou noutras palavras, do arbítrio do homem<sup>25</sup>.

Uma visão ideal de futuro para os responsáveis pela "internet das coisas" reforça o quão absurdo é conceber o mundo físico em separado de um outro acessível apenas pelos aparelhos. Enquanto "objetos inteligentes" não constituírem a regra, qualquer *output* será realizado por *inputs* nesse mundo "físico": nem mesmo uma única letra aparecerá num documento em branco aberto no Word enquanto não houver alguém para digitá-la. Para Flusser (2002; 2007), enquanto houver liberdade, o homem da pós-história terá controle sobre o espaço que molda ao seu redor – ou produz socialmente, nos termos de Lefebvre (1991) – e jogará com as possibilidades que suas caixas-pretas exibem em inúmeras telas.

---

25 O estudo dessa nova frente de progresso cibernético necessita de pesquisas mais profundas e que façam uso de mais dados empíricos – à medida que objetos que carregam a tecnologia tornam-se mais populares com o correr dos anos. Reflexões quanto à autonomia do usuário no processo e o uso e cruzamento de seus dados por diferentes empresas (Cf. MOROZOV, 2013), o lugar da memória e das interações humanas nesse tempo, e o retorno do fantasma da substituição do humano ou da integração homem-máquina são algumas das questões que necessitam de buscas por respostas. Por essa razão, o tema pode muito bem vir a compor o escopo de pesquisas futuras do autor desta dissertação.

### 3 - Jogo

#### Comunicação e Jogo

Para além da compreensão de Flusser que descrevemos na primeira seção deste capítulo, a noção de "Jogo" aparece associada à de "Comunicação" de forma corrente há vários séculos. Ao tratar da arte do diálogo, por exemplo, Aristóteles (2005; s/d) usa as palavras "oponente" e "antagonista" para se referir ao ouvinte. Nas retóricas grega e latina, a "eloquência jurídica ainda era principalmente uma competição de habilidade retórica, na qual eram permitidos todos os artifícios de persuasão que fossem possíveis de imaginar" (HUIZINGA, 2007, p. 99). Da mesma forma, rituais competitivos de tribos longínquas da Groelândia ou de árabes nômades têm consequências políticas, culturais ou econômicas que são subsequentes ou secundárias ao ato ritual, cujo "elemento primordial é a decisão através da competição enquanto tal, ou seja, no jogo e através dele" (HUIZINGA, 2007, p. 99).

Também de forma recorrente, e sobretudo em áreas diretamente ligadas à Comunicação, inovações técnicas surgem como brinquedos aparentemente sem nenhuma função. Levinson (2000) postula que "*media* tendem a fazer suas grandes entradas na sociedade em grande escala como brinquedos – como um dispositivo ou engenhoca que as pessoas apreciam apenas por diversão, e não pelo trabalho que ele possa realizar" (LEVINSON, 2004, p. 140, tradução nossa) – observação atestada por Briggs e Burke (2004). Carey (2009) lembra que "em seus primeiros dias o telégrafo era usado como um brinquedo – assim como o computador, tal qual se pode imaginar – para jogar xadrez de longa distância" (CAREY, 2009, p. 156, tradução nossa).

McLuhan (1990) já descrevia a imprensa há meio século como "um corte transversal diário do globo" que equivalia à "diversão universal de nossa era" (MCLUHAN, 1990, p. 147), enquanto Meyrowitz (2003) atesta a dificuldade em distinguir "notícias" de "entretenimento" em nossos dias. O mesmo autor destaca que já tornou-se comum trabalhar em casa e passar mais tempo se divertindo no trabalho, num tempo em que "trabalhadores brincam mais no escritório via jogos eletrônicos, e-mail, SMS, surfes na web, e assim por



diante" (MEYROWITZ, 2003, p. 9, tradução nossa). A dissolução dessas fronteiras que separam momentos sérios daqueles reservados à diversão também é observada por Levinson (2000), que a identifica como sintoma do desenvolvimento técnico.

O quadro parece bem alinhado com a descrição que fizemos na primeira seção desse capítulo da "Pós-história" de Flusser, onde a figura do "novo homem" é afastada do arquétipo do "trabalhador" e reposto pela imagem do "jogador". Nessa nova configuração, interagimos cada vez menos com coisas, objetos, *hardware* – que também têm influência cada vez menor sobre nossas vidas – e lidamos cada vez mais com imagens técnicas, inobjetos, *softwares* ao brincar com as possibilidades técnicas dos aparelhos (Cf. FLUSSER, 2002; 2005; 2007; 2008). Mas se, como verificamos, o que chamamos de ciberespaço ou mesmo as mídias locativas não produzem uma nova categoria de espaço, mas tão somente permitem a exploração daquele que já existe, como extensões dele em outras dimensões de abstração, em que lugar produz-se esse jogo da pós-história?

Sobre a relação do jogo com o espaço onde se o pratica, Huizinga considera que “o mais importante é o lugar onde o jogo é executado” (HUIZINGA, 2007, p. 65, grifo nosso). O conceito de jogo torna essa associação patente, uma vez que ele é:

uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e de espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e de alegria e de uma consciência de ser diferente da “vida cotidiana” (HUIZINGA, 2007, p. 32).

Se não há sentido em conceber o ciberespaço ou a "bolha digital" formada pelas mídias locativas (Cf. LEMOS, 2010; 2013) como locais à parte do espaço social comum, a definição de Huizinga (2007) deixa claro que a experiência do jogo situa-se num espaço fugidio, diferente do espaço com que lidamos em tarefas diárias. Trata-se, realmente, de "uma evasão da vida 'real' para uma esfera temporária de atividade com orientação própria", onde o jogo, por si mesmo, cria uma "ordem e é ordem", instituindo "mundos temporários dentro de um mundo habitual, dedicados à prática de uma atividade especial" (HUIZINGA, 2007, p. 11-13). Para Huizinga, as evidências da existência do jogo superam as da existência de Deus, se levarmos em conta, por exemplo, que até mesmo os animais brincam<sup>26</sup>.

---

26 Também por constrangimentos de tempo e espaço, não podemos desenvolver neste trabalho uma reflexão adequada sobre este tópico: embora a comunicação, tal qual a definimos nesse texto, não pareça possível para seres não-humanos, o jogo é um fenômeno observável nos animais domésticos de nossas casas e até mesmo

Embora o jogo exista e se processe dentro de um campo delimitado "de maneira material ou imaginária, deliberada ou espontânea" (HUIZINGA, 2007, p. 13), a sociabilidade em ambientes de jogo não estaria restrita ao momento/lugar de jogo. Conforme Huizinga (2007), "as comunidades de jogadores geralmente tendem a tornar-se permanentes, mesmo depois de acabado o jogo". Isso deve-se à "sensação de estar 'separadamente juntos', numa situação excepcional, de partilhar algo importante, afastando-se do resto do mundo e recusando as normas habituais" (HUIZINGA, 2007, p. 15). Essa característica contrasta com a instabilidade do ambiente de jogo, que pode ser violado a qualquer tempo com uma trapaça (que rompe com a ordem e as regras estabelecidas naquele espaço-tempo particular), uma interferência externa, ou mesmo um desencanto, uma desilusão – visto que o jogo autêntico possui como um de seus traços fundamentais "a consciência, mesmo que seja latente, de estar 'apenas fazendo de conta'" (HUIZINGA, 2007, p. 25).

A natureza "encantada" do jogo, no entanto, não o priva de um objetivo: a vitória. Não se trata, no entanto, de um instinto de busca pelo poder ou dominação, nem mesmo de obter um prêmio, honra ou reconhecimento – coisas que, como eventuais consequências da vitória, só fazem sentido e afirmam seu valor fora do universo particular criado pelo jogo. Assim, embora exista um senso de recompensa, o resultado do jogo só tem qualquer importância para quem está inscrito na esfera lúdica – seja como jogador ou espectador. Nesse sentido, e ainda dentro das névoas do ambiente de jogo, o reconhecimento do vencedor é parte constituinte da experiência; "em todos os jogos, é muito importante que o jogador possa gabar-se aos outros de seus êxitos"; além disso, "o êxito obtido passa prontamente do indivíduo para o grupo" (HUIZINGA, 2007, p. 57-58).

Todavia, não se refere aqui apenas ao vencedor de uma contenda que humilha os derrotados em tom jocoso; por mais contraditório que possa parecer, o jogo só existe quando é levado a sério. Isso porque quebrar suas regras ou inseri-lo na vida cotidiana, por exemplo, destrói o "círculo mágico" em que ele se realiza: "seja quadrado ou redondo, de qualquer forma é sempre um círculo mágico, um recinto de jogo no interior do qual as habituais diferenças de categoria entre os homens são temporariamente abolidas"<sup>27</sup> (HUIZINGA, 2007,

---

naqueles silvestres. Questões que ainda estão por responder incluem a solidez das afirmações que acabamos de fazer nesta nota, qual o grau de influência da Psicologia ou da Filogenia nessas reflexões e/ou qual o papel de noções como "consciência" nessa discussão.

27 Com isso não se quer dizer que não possam haver jogos com experiências assimétricas, como o goleiro que tem permissões e papéis diferentes do atacante ou do meio de campo, mas obedece às mesmas regras que regulamentam o jogo chamado "futebol".

p. 88). A guerra, como função cultural de cunho lúdico, também segue os mesmos padrões:

Enquanto função cultural, a luta pressupõe sempre a existência de regras limitativas, e exige, pelo menos em certa medida, o reconhecimento de sua qualidade lúdica. Só é lícito falar da guerra como função cultural na medida em que ela se desenrola de maneira que seus participantes se considerem uns aos outros como iguais. Por outras palavras, sua função cultural depende de sua qualidade lúdica. Esta condição modifica-se desde que a guerra é travada fora do âmbito dos iguais, contra grupos que não são reconhecidos como seres humanos e, portanto, são privados dos direitos humanos – bárbaros, diabos, pagãos, hereges e "raças inferiores destituídas de leis" (HUIZINGA, 2007, p. 102).

Embora o excerto conduza-nos a associar a noção de jogo com a ideia de dualismo – visto que bem/mal, vencedor/perdedor cabem tanto no secular tabuleiro de xadrez quanto no mais recente conflito no Oriente Médio –, é importante destacar que a competição ou a luta são tipos de jogo, e não o contrário.

Em seu exame sobre a presença do jogo nos artifícios humanos, Huizinga encontra-o em cada uma das esferas de expressão da cultura, "a arena, a mesa de jogo, o círculo mágico, o templo, o palco, a tela, o campo de tênis, o tribunal, etc." (HUIZINGA, 2007, p. 13), têm todos a estrutura de um território de jogo. O que ocorre para que essa estrutura não nos seja evidente é que ela vai sendo coberta pelas diversos símbolos, abstrações e fenômenos da cultura:

No decurso da evolução de uma cultura, quer progredindo quer regredindo, a relação original por nós definida entre o jogo e o não-jogo *não permanece imutável*. Regra geral, o elemento lúdico vai gradualmente passando para segundo plano, sendo sua maior parte absorvida pela esfera do sagrado. O restante cristaliza-se sob a forma de saber: folclore, poesia, filosofia, e as diversas formas da vida jurídica e política. *Fica assim completamente oculto por detrás dos fenômenos culturais o elemento lúdico original* (HUIZINGA, 2007, p. 54, grifo nosso).

A cobertura do elemento lúdico original tem origem na separação entre jogo e seriedade – e, para Huizinga, a figura do enigma é um marco nessa distinção. O enigma era, ao mesmo tempo, "um elemento ritualístico da mais alta importância, sem deixar de ser essencialmente um jogo". Com o desenvolvimento da civilização, o enigma bifurcou-se em dois sentidos: "de um lado a filosofia mística e de outro, o simples divertimento". Daí por diante, o que ocorreu não foi a canibalização de um pelo outro, mas "pelo contrário, [...] a

civilização vai gradualmente fazendo surgir uma certa divisão entre dois modos de vida espiritual, aos quais chamamos "jogo" e "seriedade", e que originariamente constituía um meio espiritual contínuo, do qual surgiu a própria civilização" (HUIZINGA, 2007, p. 125).

Fica clara aqui a concepção de Huizinga do jogo como origem e princípio da civilização. Tal como já aludimos, o direito parece nutrir-se de princípios lúdicos para operar, ao estabelecer leis (regras) invariáveis e aceitas dentro de um espaço-tempo específicos, pretende dar condições mínimas de jogo acordadas pelos partícipes. Por essa razão, quando algum Estado, "nação, partido, classe, igreja ou seja o que for" proclama "os interesses e o poder de seu próprio grupo [...] como única norma de seu comportamento político" (HUIZINGA, 2007, p. 114), desaparece não apenas qualquer traço de um espírito lúdico, mas também qualquer esperança da constituição de uma civilização. "A conclusão de tudo isto é que sem espírito lúdico a civilização é impossível" (HUIZINGA, 2007, p. 114).

Definir o alcance do conceito de jogo parece tarefa semelhante a delimitar um campo de influência da Cultura sobre as outras atividades humanas – como a Comunicação – ou mesmo acertar a precedência de uma sobre a outra. Por outro lado, podemos aferir os limites do raciocínio de Huizinga levando-o ao extremo: se o jogo pudesse ser identificado em todas as formas de expressão humana e ele estivesse contido em ou circunscrevesse todas as ações dos homens, não haveria uma "vida real" – pelo menos não da forma que a concebemos até então. Assim, ganham ainda mais relevância as afirmações de Flusser sobre a natureza lúdica do "novo homem" de nosso tempo.

Huizinga vê pouco espaço para o jogo no século XIX – isso porque já no século anterior, com a revolução industrial e a imposição da lógica burguesa, "trabalho e produção, passam a ser o ideal da época" (HUIZINGA, 2007, p. 212), contaminando a arte, a ciência e as esferas do sagrado, que irradiavam o espírito ludico outrora. No século XX, de onde escreve, Huizinga (2007) enxerga a formação de esferas lúdicas como tarefa difícil: mesmo nas atividades esportivas, um alto grau de técnica e complexidade científica que criou o termo "amadores" elimina qualquer espaço para a alegria, a espontaneidade e a despreocupação. Os meios de comunicação, por sua vez, passaram a promover o espírito de competição em todas as esferas do comércio com o auxílio da técnica – empresas se lançam em disputas por recordes como "o maior prédio já construído" ou "a maior altitude já alcançada", sem que isso tenha qualquer relação com o desempenho ou a qualidade do produto.

Mesmo assim, esse ímpeto mostra seus limites de associação com a noção de jogo

quando percebe-se que essas atividades não têm um fim em si mesmas: grandes companhias, por exemplo, tentam "incutir em seus operários o espírito lúdico, *a fim de acelerar a produção*" (HUIZINGA, 2007, p. 222, grifo nosso). Huizinga não vê espaço para o exercício do jogo num mundo que, desde o século XIX, está orientado para o trabalho e o consumo. Na Idade Média, torneios, honrarias e ordens de cavaleiros que competiam entre si só eram possíveis porque a arsitocracia feudal que as compunham não precisavam trabalhar (HUIZINGA, 2007). No entanto, Meyrowitz (2003), Levinson (2000) e Flusser (2002; 2007) atestam a presença do jogo imbuída nas atividades cotidianas – inclusive no trabalho.

Ao operar uma câmera fotográfica, o homem de nosso tempo – conforme já mencionamos na primeira seção deste capítulo –, o faz dentro das possibilidades estabelecidas pelo programa do aparelho (FLUSSER, 2001; 2002; 2007). Dessa forma, segue as *regras* do jogo de explorar as possibilidades do aparelho; estas são válidas apenas para essa experiência em específico, que ocorre dentro de um espaço-tempo que é, de fato, separado do cotidiano<sup>28</sup>. Para completarmos nossa alusão ao conceito de jogo, deveríamos dizer, ainda, que essa ação não é induzida pelo trabalho, tampouco por qualquer força externa a ela; que os jogadores a realizam de forma voluntária e; que há um sentimento de tensão e alegria que percorre todo o processo. No entanto, se nos detivermos no exemplo da câmera fotográfica, é possível afirmar que o aparelho serve ao exercício profissional – em geral, frio e calculista – de muitos com o conhecimento técnico para tal.

Sobre essa última ressalva, embora o ramo da fotografia – à semelhança de outros que envolvem a operação de aparelhos – já tenha dado espaço ao surgimento da distinção entre "profissionais" e "amadores", o que importa dizer é que a experiência é a mesma nos dois casos. Conforme já descrevemos na primeira seção deste capítulo, programadores (usuários que dominam e conhecem o modo de operação dos aparelhos) e programados (pessoas que limitam-se a se decidir entre opções pré-estabelecidas) executam as mesmas operações ao manipular aparelhos (Cf. FLUSSER, 2002; 2007). É importante ressaltar, no entanto, que quando há alto nível de tecnicismo e complexidade nessa operação, conforme Huizinga (2007), ela deixa de ser caracterizada como jogo. Frente à alta taxa de profissionalização da atividade de fotografar e o fácil acesso à técnica necessária para tal, parece oportuno voltar os

---

<sup>28</sup> Essa dedução parece evidente frente ao fato de que absolutamente nenhuma ação é executada por qualquer aparelho (*output*) se não houver alguém para ordená-la (*input*); esse processo pressupõe, portanto, certo nível de concentração e isolamento para ocorrer, uma vez que pretende-se obter algum resultado. Desconsideramos aqui, por constrangimentos de tempo e espaço, as situações de aparelhos absolutamente autômatos, guiados por *machine learning*.

olhos para aparelhos com os quais só começamos a explorar possibilidades. É justamente por essa razão que cabe aqui um breve exame das experiências de jogo próprias aos nossos dias – aquelas geradas e vividas com *softwares*.

### ***Videogames e experiências espaciais***

"Software" em tradução livre corresponde a "programa". Os primeiros registros do termo teriam aparecido nos anos 50<sup>29</sup>, no alvorecer das teorias sobre a cibernética, com a intenção de referir-se à *data* (dados, informação), ao planejamento das ações, às instruções lógicas e matemáticas que gerenciam as possibilidades de operação dos *hardwares* (aparelhos). Para Galloway (2006), operar softwares é uma ação que serve, em nossos dias, tanto à diversão quanto ao trabalho. Para Manovich (2009; 2012) usuários comuns – ou os "programados" nos termos de Flusser (2002; 2007) – operam softwares por meio de *performances*, uma vez que nossa experiência "é construída pelo software em tempo real" (MANOVICH, 2012, p. 3). Com o uso de software, usuários com conhecimento avançado (programadores) conseguem manipular códigos binários (*input*) para que estes produzam imagens técnicas de mundos inteiros (*outputs*) – ou numa palavra, ciberespaço(s).

Para Nietzsche (2006), "ciberespaço" remete a pelo menos duas noções que designam coisas diferentes, criando formas de interação e comunicação diferentes. Existem hoje múltiplas formas de ciberespaço, que incluem tanto os mundos virtuais em 3D dos videogames quanto as "redes nodais de conexão de internet e estruturas de websites" (NIETSCHE, 2006, p. 17, tradução nossa). Assim, enquanto esses últimos – cujos aspectos espaciais já exploramos no capítulo anterior – resumem-se à disposição e visualização de dados/informações em formatos diversos (páginas de internet contendo e/ou com espaços para *inputs* de usuários com textos, imagens, sons, vídeos ou qualquer aplicação que os tornem interativos), a experiência dos *videogames* é vivenciada, em geral, sob a forma de cinco planos (NIETSCHE, 2006).

Esses planos são:

---

29 Conforme Fuller (2006), um texto de John W. Tucker de 1958 teria sido o primeiro a usar o termo. No entanto, também é possível encontrá-lo num artigo de 1953 de Richard Carhart, *A survey of the current status of the electronic reliability problem*, disponível no link <http://books.google.com.br/books?ei=DhHKUaCUJYayigKr8IH0DQ&hl=pt-BR&id=L-FQAAAAYAAJ&focus=searchwithinvolume&q=software>.

1. *rule-based* como definido pelas regras matemáticas que ajustam, por exemplo, física, sons, inteligência artificial, e a arquitetura dos níveis de jogo; 2. *mediated space* como definido pela apresentação, que é o espaço da imagem plana [projetada em um monitor] e o uso dessa imagem incluindo a forma cinematográfica de apresentação; 3. *fictional space* que corresponde ao da imaginação, em outras palavras, o espaço “imaginado” pelos jogadores por meio de sua compreensão das imagens disponíveis; 4. *play space*, significando o espaço do jogo [, o local físico onde ele se realiza], que inclui o jogador e o hardware do videogame; e 5. *social space* definido pela interação com outros, significando o espaço de jogo de outros jogadores afetado (por exemplo, num título *multiplayer*) (NIETSCHE, 2006, p. 15-16, tradução nossa).

Nietzsche (2006) vê reflexos da perspectiva sobre "espaço" de Lefebvre nesse esquema. A "prática espacial" estaria ligada ao espaço *rule-based*; "representações do espaço" estariam próximo ao *mediated space*; e o "espaço representacional" pode ser lido "como uma combinação dos espaços *fictional*, *social* e de jogo (*play space*)" (NIETSCHE, 2006, p. 16, tradução nossa). Na mesma direção da interpretação do sociólogo francês, a divisão do espaço de jogo em planos não tem o intuito de enfatizar separações ou fronteiras, mas o de encontrar conexões entre os planos, uma vez que nem mesmo essa separação em camadas é suficiente para abarcar a experiência com videogames (NIETSCHE, 2006).

O primeiro plano, *rule-based*, é traduzido pela leitura do código do software, executada pelo computador (hardware). Essa operação, combinada aos inputs do jogador, gera respostas audiovisuais na interface em que o jogo é exibido – e em algumas configurações, respostas táteis ou cinéticas. O conjunto dessas respostas formam o *mediated space* – em última instância, o plano com que o jogador interage diretamente –, que "consiste em todo o *output* que o sistema pode fornecer para apresentar o universo *rule-based* do jogo ao usuário" (NIETSCHE, 2006, p. 16, tradução nossa). Assim, tudo o que é visto/ouvido no ecrã – ou sentido nas vibrações do joystick – constitui esse plano de mediação, que camufla a existência do plano *rule-based*, imperceptível para o jogador. Não se vê linhas de código na tela, mas as imagens e sons produzidos por esse texto.

As ações em ambientes digitais são sempre *procedurais*, ou seja, ditadas por uma sequência de instruções. Isso não se deve apenas à forma como são lidos os códigos binários que rodam o jogo (*rule-based*), mas também à estrutura desses ambientes, baseada em ação-reação/*inputs-outputs*, que convidam o jogador ao movimento, à ação (GALLOWAY, 2006). Dessa forma, "ambientes procedurais são atrativos para nós não apenas porque exibem

comportamentos gerados por regras, mas porque podemos induzir o comportamento. Eles são responsivos ao nosso *input*" (MURRAY, 1997, p. 74, tradução nossa). É isso o que se quer dizer quando afirmamos que "computadores são *interativos*. Queremos dizer que eles criam um ambiente que é procedural e participativo" (MURRAY, 1997, p. 74, tradução nossa).

Murray (1997) chama de "agenciamento" a sensação que o jogador experimenta quando uma ação é executada conforme seu comando. "Quando as coisas que fazemos trazem resultados tangíveis, experienciamos [...] a sensação de agenciamento. [...] Nós esperamos sentir agenciamento no computador quando clicamos duas vezes em um arquivo e o vemos abrir" (MURRAY, 1997, p. 126, tradução nossa). De forma análoga, sentimos agenciamento quando o personagem que controlamos na tela realiza alguma ação, como saltar, ao pressionar o botão designado para aquela ação. Ou, num nível mais fundamental, quando conseguimos navegar (nos deslocarmos) pelo ambiente digital do jogo, como resposta à movimentação de um direcional analógico ou o acionamento de qualquer outro periférico.

Sobre esse último exemplo, é importante destacar que, se nos deslocamos no espaço físico criando mapas mentais da realidade – conforme já expomos –, o mesmo vale para o ambiente digital do jogo. "A tela do computador está mostrando *uma história que também é um lugar*. O bater de uma porta atrás de você em um calabouço (seja o calabouço descrito por palavras ou imagens) é um momento de drama experiencial que só é possível em um ambiente digital" (MURRAY, 1997, p. 82, grifo e tradução nossos). Para Murray (1997), o primeiro passo para criar um mundo narrativo estimulante é entregar o roteiro ao jogador. Embora o jogo opere dentro das limitações definidas no plano *rule-based*, as ações do jogador dentro do ambiente digital, no *mediated space*, são guiadas pelos códigos com que lidamos na "vida real".

Nesses termos, parecemos voltar à querela sobre a separação entre um espaço "real" e um outro no domínio do "virtual". No entanto, os ambientes digitais dos jogos, enquanto jogos que são, realmente pretendem imergir o jogador em realidades alternativas – ou mundos inteiros que podem até ser explorados conforme as regras do mundo "real", no caso de simuladores, mas ainda precisam constituir seu próprio universo aos olhos do jogador. Assim, a *imersão* é outro aspecto fundamental na experiência de jogar videogames.

Huizinga atesta a improtância dessa característica, afirmando que "a essência do espírito lúdico é ousar, correr riscos, suportar a incerteza e a tensão. A tensão aumenta a importância do jogo, e esta intensificação permite ao jogador esquecer que está apenas



jogando" (HUZINGA, 2007, p. 59). Janet Murray, por sua vez, descreve como os jogos costumam ser criados com a intenção de manter o clímax e evitar o desfecho da experiência: "Estar sempre à procura de informação secreta, em busca de uma recompensa recusada, pode ser emocionalmente estimulante". Podemos experienciar a resistência do mundo do jogo aos esforços do jogador "como uma disputa dramática com o programador ou escritor por uma recompensa que é propositadamente retida [...], um estímulo sustentado, um flerte prolongado com o clímax sempre um pouco fora de alcance" (MURRAY, 1997, p. 173, tradução nossa).

Todo esse esforço contra o progresso do jogador, o próprio desafio do jogo como alteridade, contribui para a manutenção de uma atmosfera de imersão, que de fato pretende formar um "círculo mágico" (Cf. HUIZINGA), destacando a experiência da realidade cotidiana, formando um universo particular:

A experiência de ser transportado para um lugar simulado de forma elaborada é prazerosa em si mesma, independente do conteúdo fantasioso. Nos referimos a essa experiência como imersão. *Imersão* é um termo metafórico derivado da experiência física de ser submergido na água. Nós procuramos a mesma sensação de uma experiência psicologicamente imersiva que temos num mergulho no oceano ou nadando numa piscina: a sensação de estar cercado por uma realidade completamente diferente, tão diferente quanto a água é do ar, que toma toda nossa atenção, todo nosso aparato perceptivo (MURRAY, 1997, p. 98, tradução nossa).

É num estado de imersão que os jogadores dão forma ao plano *ficcional* a que se refere Nietzsche (2006). Frente às projeções do ecrã, os jogadores criam imagens de si, dos outros jogadores e do mundo em que estão imersos, *imaginando* suas próprias versões de tudo o que é exibido na interface do jogo. Todo esse processo ocorre no suporte físico do *play space*, que circunscreve o lugar particular da experiência de jogo. Dentro desse lugar, e conforme a descrição de Huizinga (2007), as ações são limitadas por regras específicas. Sobre esse aspecto, Murray (1997) adverte, no entanto, que em "um meio participativo, imersão implica aprender a nadar, a fazer as coisas que o novo ambiente torna possível" (MURRAY, 1997, p. 99, tradução nossa).

Mesmo que o jogo forneça um *script* sobre o que é possível fazer naquele universo ou quais tarefas deve-se cumprir para progredir em diferentes níveis, ainda é preciso um posicionamento ativo do jogador para conhecer esse ambiente. Galloway aponta que "se fotografias são imagens, e filmes são imagens se movendo, então *videogames são ações*" (GALLOWAY, 2006, p. 2, tradução nossa). Assim, ambientar-se nesse espaço requer

engajamento; mapear essa realidade alternativa exige que ela seja explorada, que seus limites sejam testados; que possamos, em suma, brincar com as possibilidades que o software apresenta. Por essa razão, "precisamos de tempo para nos acostumarmos a qualquer aumento de poder representacional. Durante esse período uma de nossas principais atividades, como criadores e audiência, envolve testar as fronteiras do mundo liminar" (MURRAY, 1997, p. 103, tradução nossa).

A entrada nessa espécie de "mundo encantado" ocorre por uma porta de acesso, uma zona de passagem. Murray (1997) postula que para cada tipo de narrativa, há um *objeto transicional* que nos faz atravessar a fronteira para dentro desse mundo encantado. No caso das narrativas em ambientes digitais, esse objeto é o próprio computador ou o hardware – console, central de mídia, aparelho portátil, etc. – responsável por gerar imagens desse ambiente. Objetos transicionais estão localizados "na fronteira entre a realidade exterior e nossas próprias mentes" (MURRAY, 1997, p. 99, tradução nossa). Para Murray, "uma vez que esse espaço ilusório é criado, tem tamanha presença psicológica que pode quase se divorciar da ideia de uma representação" (MURRAY, 1997, p. 104, tradução nossa).

Assim, "quanto mais presente o mundo encantado, mais precisamos ser assegurados de que ele só é virtual e mais precisamos ver [...] que há um caminho de volta para o mundo exterior" (MURRAY, 1997, p. 104, tradução nossa). No entanto, a autora adverte que manter o estado de encanto é tarefa difícil: "para sustentar transes imersivos tão poderosos, então, precisamos fazer uma coisa [...] paradoxal: precisamos manter o mundo virtual 'real', mantendo-o 'fora dali'. Temos que mantê-lo balanceado dentro da fronteira encantada sem deixá-lo entrar em colapso" (MURRAY, 1997, p. 100, tradução nossa) – ou nos termos de Huizinga (2007), conservar o traçado que separa o frágil círculo mágico da realidade.

Outro obstáculo para atingir o desejado estado de imersão no jogo é manter vínculo com nossa identidade real, ignorando o papel do *avatar* ou de um objetivo que nos dê um papel específico – como o de uma barra monocromática que precisa rebater um pixel no clássico *Pong*. "Quando entramos no mundo encantado como nós mesmos, arriscamos drenar toda a sua singularidade" (MURRAY, 1997, p. 101, tradução nossa). Sobre essa troca de identidades, Huizinga a localiza nas formas mais primordiais do jogo: "os juízes que vão ministrar a justiça saem da vida 'comum' no momento em que vestem a toga e colocam a peruca". No entanto, "a peruca do juiz é mais do que uma relíquia de um traje oficial antiquado. Sua função tem um profundo parentesco com a das máscaras de dança dos povos

primitivos. *Transforma quem a usa em um outro 'ser'*" (HUZINGA, 2007, p. 88-89, grifo nosso).

Mesmo que não pareça haver qualquer narrativa no universo do jogo, como no clássico *Tetris*, a estrutura linear do jogo – um bloco com a forma X vai cair; pegue o bloco e encaixe-o com os outros para formar linhas – já conforma uma sequência de ações na qual o jogador é estimulado a tomar parte. Assumir outra identidade no ambiente do jogo ajuda a dar forma a esse lugar particular e fugidio – que enquanto *lugar*, é identitário, histórico e relacional. Todavia, e conforme Huizinga (2007), o que conforma a existência do espaço particular do jogo é o acordo dos jogadores quanto às regras válidas naquele tempo-espaço – e é isso que uma narrativa ajuda a descrever e modelar (Cf. MURRAY, 1997; NIETSCHE, 2006). A presença de uma narrativa (ou mesmo o contorno de uma) que atravessa os planos do *mediated space* e do *fictional space*, associada às ações do jogador nesse ambiente, formam a história do jogo que se desenvolve na tela<sup>30</sup>.

Por último, a dimensão relacional do lugar criado pelo ambiente do jogo – o social space de Nietzsche (2006) – faz-se presente nos jogos multiplayer, Multi-User Dungeons (MUDs), Massive Multiplayer Online games (MMOs) ou simplesmente no já mencionado desafio do jogo como alteridade ou, ainda, num diálogo com o programador que criou o ambiente (Cf. BOGOST, 2006; MURRAY, 1997). É importante lembrar, no entanto, que não interagimos uns com os outros como nós mesmos, uma vez dentro do círculo mágico. O que fica visível num MUD, por exemplo, é "a identidade assumida, o papel que todos devem escolher para logarem no MUD" (MURRAY, 1997, p. 100, tradução nossa). Ao entrar no ambiente de um MUD ou MMO, os usuários aceitam todo o conjunto de regras – de forma explícita, nos “Termos e Condições de Uso” do jogo, e de forma implícita, num universo regulado pelo plano *rule-based* – que normatizam o funcionamento do jogo e as interações entre eles.

No entanto, uma complexa economia de sentidos e valores criados pelos jogadores dentro do espaço de jogo – tal qual os sistemas de honrarias e descrédito da cavalaria da Idade Média mencionados por Huizinga (2007) – gera hábitos e práticas que não podem ser previstos pelos programadores. Conforme a descrição de Nietzsche (2006), explorando brechas

---

30 A possibilidade de salvar uma partida, assistir a replays e/ou repetir ou melhorar o desempenho num mesmo nível/fase e, num outro nível, a memorização pelos jogadores de comandos específicos, das regras em si e dos múltiplos caminhos e trilhas em jogos 3D traz ainda mais complexidade à questão da memória no universo dos videogames. Embora Galloway (2006), Murray (1997) e Bogost (2006) façam referências à questão, ainda parece haver muito espaço para pesquisa e discussão sobre esse assunto.

ou defeitos na programação, ou simplesmente trapaceando, jogadores conseguem tomar o controle dos avatares dos outros, exploram os *bugs* do jogo<sup>31</sup> ou usam dinheiro real para pagar pelo progresso e a obtenção de recursos que, em última instância, garantirão sua vitória.

Em *The Legend of Zelda* ou *Metroid Prime*, a obtenção de itens escondidos ou guardados por inimigos torna possível o acesso a novas áreas do mundo de jogo, quando usados para cumprir tarefas específicas. Já no lançamento de *Diablo 3*, a produtora do jogo de estratégia introduziu a figura das *auction houses*, onde os jogadores poderiam negociar toda espécie de itens que podiam ser encontrados no mundo do jogo – mas sem o esforço de procurar por eles ou derrotar os inimigos que os guardavam. Frente às críticas dos jogadores, as *auction houses* foram fechadas – aqueles que compravam ativamente não precisavam sequer *estar* no mundo de jogo ou *explorá-lo* de fato para progredir na aventura.

Estar num espaço, conforme nossa enunciação até aqui, também é compartilhar o lugar com outros; conviver, relacionar-se, construir redes ou clubes, nos termos de Huizinga (2007) – mesmo que esse espaço seja absolutamente abstrato e construído pela correlação de planos distintos, mas intimamente conectados (NIETSCHE, 2006). Outro dado que ilustrado pelo exemplo que citamos é o de que intromissões do “mundo exterior” no círculo mágico do jogo são tidas como interferências na experiência tradicional com videogames – moldada ao longo de mais de 40 anos (Cf. BOGOST, 2006; NIETSCHE, 2006). O surgimento de jogos móveis locativos, no entanto, tem conferido outra imagem ao *play space* de Nietzsche (2006): ao invés de ser apenas abrigo para todo o suporte físico da experiência de jogo (a sala, escritório, quarto ou sofá onde jazem, relativamente imóveis, hardware, software, periféricos e jogadores), o ambiente de átomos que circunscreve toda a aparelhagem e os jogadores torna-se relevante para as ações desenvolvidas *dentro do mundo do jogo*. Aqui, o *play space* deixa de ser mera coordenada para significar, para ser incorporado a esse universo particular como *contexto*<sup>32</sup>.

---

31 Meades (2013) identifica na prática do *glitching* – o hábito de procurar por defeitos de programação (*glitches*) nos jogos – mais um maneira de explorar o ambiente digital. O *glitching* também incita a documentação dos erros encontrados e certo nível de agenciamento e prazer, com a conseqüente formação de comunidades inteiras para o compartilhamento de espaços e possibilidades únicas. Além disso, a prática ainda aproxima os jogadores dos programadores e desenvolvedores do software, ao tornar nítido o plano *rule-based* do ambiente de jogo (Cf. MEADES, 2013; NIETSCH, 2006).

32 Embora a implementação de tecnologias de controle sensíveis ao movimento (como os controles do *Wii* da Nintendo ou o *Kinect*, da Microsoft) e a inclusão de câmeras e realidade aumentada pareçam valorizar o lugar em que o corpo do jogador se desloca, o fato de se jogar o popular *Wii Sports* numa sala pequena ou numa praça pública não parece fazer qualquer diferença nas ações executadas pelo jogador dentro do jogo.

### *Jogos móveis locativos e Contemporaneidade*

Jogos móveis locativos (ou baseados em geolocalização) são softwares sensíveis ao contexto – "pervasivos" (*pervasives*), ubíquos –, executáveis em dispositivos portáteis e que funcionam como um jogo (Cf. LEMOS, 2012; SILVA e HJORTH, 2009). São "jogos que utilizam o espaço público como espaço de jogo (*board*), usando LBS [*location-based services*] e LBT [*location-based technologies*] para ação e desenvolvimento" (LEMOS, 2012, p. 101)

Tal como as mídias locativas, baseiam-se na troca de dados entre espaço físico e ciberespaço para operarem, mas enquanto jogos, dependem do acordo entre jogadores que cria e sustenta o círculo mágico, isolado/suspenso da realidade cotidiana. No caso de jogos móveis locativos, o celular é o objeto transicional que funciona como portal para o mundo do jogo (Cf. MURRAY, 1997) – que nesse caso, continua a existir sob a forma dos cinco planos de Nietzsche (2006), com a diferença de que o *play space* é mutante e tem papel crucial em toda a experiência de jogo.

Jogos móveis locativos são tidos como apenas um dos tipos de *pervasive games*, ou como a forma embrionária destes (Cf. LEMOS, 2012; SILVA e HJORTH, 2009; MONTOLA *et al*, 2009). Montola (2009) define um *pervasive game* como "um jogo que tem uma ou mais características salientes que expandem o contrato do círculo mágico espacial, temporal ou socialmente" (MONTOLA, 2009, p. 12, tradução nossa). Assim, como mídias locativas, jogos móveis locativos recobrem o espaço da cidade com uma camada informacional; enquanto jogos, criam um espaço-tempo particular inscrito em espaços da urbe que são públicos; e quando incorporam narrativas, tensionam realidade e ficção.

Diferente dos jogos processados por consoles e computadores, que mantêm o jogador confinado num *play space* restrito a algum cômodo da casa, jogos locativos processados por dispositivos móveis têm a vizinhança, uma cidade, ou o mundo como seu *play space*. Além disso, qualquer ação em jogos dessa natureza *depende* dos dados colhidos do ambiente físico: esses softwares "produzem espacialização pela inserção de capacidades informacionais e telemáticas em lugares e objetos. [...] o contexto, a posição do usuário e a relação entre o espaço físico e eletrônico são fundamentais para o jogo" (LEMOS, 2012, p. 103).

Silva e Hjorth (2009) localizam as origens do ato de se transformar o ambiente urbano em um *playground* na figura do *flanêur* de séculos passados e também no moderno *parkour*.

Montola (2009) alinha-se com Salen e Zimmerman (2003) ao defender certa flexibilidade do espaço-tempo criado pelo círculo mágico de Huizinga (2007). Nessa perspectiva, o espaço de jogo poderia estar diluído no cotidiano, atravessado pelas atividades que não estão sob a égide das regras – uma ideia ilustrada pelo caso dos jogos móveis locativos (Cf. MONTOLA, 2009). É importante notar, no entanto, que o conceito de jogo de Huizinga (2007) não parece incompatível com nenhuma espécie de *pervasive games*.

Tal como já expomos, se desconsiderarmos ações automáticas, o ato de *jogar* envolve ação (GALLOWAY, 2006), engajamento, e até mesmo imersão (MURRAY, 1997; NIETSCHE, 2006), sobretudo em jogos operados por software, onde qualquer *output* depende de *inputs* do jogador. Dessa forma, só podemos considerar que o dono de um celular está jogando quando de fato realiza ações pertinentes ao mundo do jogo. Abrir o aplicativo do jogo e deixá-lo rodando na tela, portanto, não pode corresponder à ação de jogar, desempenhada tão somente quando há esforços realizados *em função do jogo*. Uma caça ao tesouro no popular *Geocaching* ou a captura de um portal no universo do *Ingress*, por exemplo, ocorrem dentro do espaço-tempo em que atenção do jogador está voltada para a execução dessa atividade, realizada de forma voluntária e conforme as regras dispostas.

Apesar desse dado, Montola (2009) e Gosney (2005) ressaltam que jogos ubíquos não dependem dessa fixação de atenção do jogador: as ações continuariam ocorrendo sem que o jogador esteja com o aplicativo aberto ou execute qualquer *input*, tal como uma realidade paralela. É importante notar, no entanto, que tais ações só ocorrem porque são executadas por *outros jogadores*. Em exemplos elencados por Lenz (2006), Lemos (2009, 2005), Tuters (2012) e Zeffiro (2012), a função de geolocalização é apenas um dos componentes em aplicativos de realidade aumentada ou voltados para a solução de uma engenhosa narrativa. Jogos populares baseados em geolocalização frequentemente recorrem a narrativas que misturam a trama à realidade cotidiana, justamente porque o uso de dados do ambiente que circunda o celular cria a sensação de que a experiência é real (Cf. OLIVEIRA, 2011; GOSNEY, 2005; MONTOLA, 2009). Essas características dão forma aos chamados "jogos de realidade alternativa" – *alternate reality games* (ARGs).

Há também um forte componente de colaboração e coletivismo entre os jogadores que, divididos em equipes ou não, perseguem um objetivo, lutam entre si ou procuram pelo próximo passo numa narrativa, com a ação sendo conduzida por algum tipo de "mestre das marionetes" (GOSNEY, 2005). Oliveira (2011) nota que essa estrutura tem origem nos

populares RPGs (*role-playing games*) de mesa, representantes de um "primeiro estágio" na evolução de jogos em que se interpreta um papel. Gosney (2005) acredita que essa natureza coletiva dos ARGs poderia ser usada para aplicações mais nobres do que "apenas a de um jogo". A ideia tem múltiplos defensores para o caso dos videogames e do conceito de jogo de forma geral, reunindo adeptos sob a égide do que se costuma chamar de "Gamificação".

Como uma das proeminentes defensoras dessa corrente, McGonigal (2011) afirma que o engajamento e o senso de recompensa experimentado pelos jogadores podem ser usados para outros fins que não os do próprio jogo; que "jogos sérios" podem existir para aplicações mais nobres do que a diversão, ou que realidade e ficção se misturam em prol da resolução das grandes mazelas do mundo. A ideia não só vai contra a própria definição de jogo de Huizinga (2007), como também ignora suas raízes profundas nos objetos da cultura. Há, ainda, implícita nas afirmações dos defensores da gamificação, a ideia de que toda nova tecnologia que surge deve ter alguma utilidade ou propósito benigno/maligno (Cf. BOGOST, 2011a; MURRAY, 1997), além da evidente carga publicitária que a ideia carrega.

Conforme Murray (2013), "o que McGonigal ignora é que a cultura humana já está completamente gamificada. [...] Para o bem ou para o mal, o mundo já está profundamente gamificado" (MURRAY, 2013, tradução nossa). Para Bogost (2011b), por sua vez, a gamificação consiste numa "bobagem", uma técnica para "capturar as selvagens, cobiçadas feras que são os videogames e domesticá-las para uso no mundo devastado, cinza e sem esperança dos grandes negócios". Para usar características vindas dos jogos, bastaria adicionar pontos: e eis a mágica da gamificação. Estratégias desse tipo não só ignoram a dinâmica dos videogames, tentando inclinar sua operação às condições de produção e eficiência das empresas, como também reforçam uma falsa habilidade em lidar com eles, conforme Bogost (2011b).

O mesmo autor, no entanto, é creditado em um livro com o nome *How to do things with videogames*. Na obra, Bogost (2011a) chama a atenção para a ode aos "games sérios", que se dedicam ao uso dos jogos para o aprendizado, por exemplo. A defesa desse tipo de argumento "arrisca se perder no reflexo de acusações de que videogames só podem encorajar violência e preguiça" (BOGOST, 2011b, p. 5, tradução nossa). Dessa forma, "games – assim como fotografia, texto, ou qualquer meio – não deveriam ser confinados a um ou dois tipos de usos, sérios ou superficiais, [...] úteis ou inúteis. Nem o entretenimento nem a seriedade nem os dois juntos deveriam ser uma demonstração satisfatória do que os videogames são capazes"

(BOGOST, 2011b, p. 5, tradução nossa).

Em outro nível, Morozov (2013) vê a "tendência" (*trend*) da gamificação nos corredores do Vale do Silício – e em toda sorte de comércio – como uma substituição da linguagem, da argumentação lógica, moral e ética por uma estrutura de cumprimento de tarefas estimulada por recompensas. Nesses moldes, atividades que as pessoas não realizariam por si mesmas, mas que poderiam ser motivadas por discursos morais ou senso comunitário/cívico que as estimulassem – como a causa da reciclagem ou a participação nas eleições nos Estados Unidos –, são realizadas simplesmente visando recompensas (Cf. MOROZOV, 2013). Dessa forma, entregamos algumas moedas a uma ação beneficente não porque nos sentimos tocados por ela, mas porque isso nos garante um desconto na loja que propôs a ação, depois de repetir a doação determinado número de vezes e juntar os pontos necessários.

Apesar de sua discórdia com a ideia da gamificação, Murray (2013) defende que há exemplos legítimos de uso de jogos "como objetos mediáticos compartilhados que nos permitem externalizar nossa compreensão de alguma coisa na experiência humana, como comédia, tragédia, sátira, fábula moral [...]" (MURRAY, 2013, tradução nossa). O argumento condiz com o discurso da autora – e de Bogost (2011a) – de procurar pelas possibilidades abertas pelo advento dos videogames, um meio emergente de possibilidades inexploradas:

Pense em todas as coisas que você pode fazer com uma foto. Você pode documentar as atrocidades e celebrações da guerra [...], capturar os momentos ordinários da vida familiar [...]. Uma câmera automática num cruzamento pode capturar a placa de um veículo para multas. [...] Fotografia tem propriedades constantes – ela faz passar a luz por uma abertura para expor uma emulsão ou sensor digital. Mas os usos da fotografia variam enormemente. É essa amplitude e profundidade de usos que tornam a fotografia um meio [*medium*] maduro (BOGOST, 2011b, p. 5, tradução nossa).

Mais uma vez, o discurso de Flusser – que evoca justamente a exploração das complexas possibilidades envolvidas na manipulação de software – parece adequado à questão. Todavia, por mais que Flusser (2002; 2007; 2008) identifique no homem de nosso tempo a figura de um jogador, não parece ser o caso de se admitir uma "gamificação" do cotidiano – ao menos, não nos termos instrumentais de McGonigal (2011), de uso de características dos games como ferramentas. Para Flusser (2002; 2007; 2008), as possibilidades geradas pelos aparelhos ultrapassam toda a capacidade da imaginação humana.



"E esta é a esperança do homem como agente da história[:] o homem será possivelmente superado pelos seus aparelhos, mas a própria história não passa de um jogo. O homem poderá inventar outros" (FLUSSER, 1967, p. 6).

Num nível mais profundo, a ideia de gamificação evoca a penetração da noção de jogo na vida contemporânea e nos devolve a interrogações que atravessam essa pesquisa: Qual o lugar do jogo em nossos dias? Se o homem de nosso tempo é um jogador, em que espaço se processa esse jogo? Seja qual for esse espaço, essa nova forma de vivê-lo afeta a maneira como nos comunicamos? Há perguntas com espectro que ultrapassam em muito as pretensões desse texto. Por essa razão, vamos nos dedicar tão somente àquelas com que podemos contribuir de alguma forma. De forma a dar suporte à nossa enunciação, utilizaremos o caso do Foursquare para refletir sobre nossa questão-problema, com base no que acabamos de apresentar neste capítulo.

## ***Capítulo 2 - Metodologia***

Após a apresentação dos três conceitos-chave, pretendemos dedicar este capítulo à metodologia que iremos utilizar e um outro reservado para as análises propriamente ditas. Como já pontuamos, este trabalho constitui-se de uma análise bibliográfica das produções que possam fornecer dados para enfrentamento de nossa questão-problema, utilizando como suporte empírico o caso da rede social de geolocalização *Foursquare* – o que nos obriga a incluir referências a aplicativos que operam de forma semelhante a essa rede. Para não perdermos de vista aspectos essenciais para a pesquisa e dedicarmos muito espaço ao tratamento de elementos secundários, adotaremos a perspectiva dos *Software Studies* para formatar parte de nossa metodologia.

Defendida por Manovich (2009; 2012) e Fuller (2006), por exemplo, a corrente apregoa que o uso de *softwares* em nossos dias obriga-nos a reconfigurar os conceitos e

teorias que utilizamos na análise de fenômenos e objetos culturais. Manovich (2012) aponta que o modelo de análise baseado em “documentos”, ou seja, conteúdo enviado ao consumidor por meio de cópias físicas (livros, filmes, gravações de áudio) ou transmissões elétricas (televisão), não pode ser aplicado a situações que envolvem usuários de *software*. Estes últimos, ao jogar num videogame, explorar um site dinâmico ou “usar um aplicativo num telefone móvel para localizar lugares específicos ou amigos por perto” (MANOVICH, 2012, p. 3, tradução nossa) estão interagindo com *software performances* dinâmicas.

Nessa configuração, “o que estamos experienciando é construído pelo programa em tempo real. [...] Mesmo em casos simples, como a visualização de um texto em PDF [...], ainda estamos lidando com *software performances*, já que é o programa quem define as opções para navegar, editar e compartilhar o documento, ao invés do próprio documento” (MANOVICH, 2012, p. 3, tradução nossa). Dessa forma, parece-nos fundamental escolher métodos e técnicas de pesquisa que levem em conta essa forma de interagir e se comunicar nesses ambientes, advogada por Manovich (2009;2012) e Flusser (2007; 2008) como sendo de “um novo tipo”. Se o objeto tecnológico evoluiu, os métodos de análise que tentam compreendê-lo também deviam seguir o mesmo caminho (TUTERS, 2012).

Eis porque não se pode recorrer de forma absoluta, sem muitas ressalvas e um enorme risco de se perder o essencial, a metodologias centradas na análise de conteúdos e mensagens – abordagens típicas nos estudos em comunicação (FLUSSER, 2007; MANOVICH, 2012) e solidificadas por uma visão da comunicação como transmissão (CAREY, 2009). Além disso, uma observação das análises de dados que se costuma fazer em estudos de comunicação e em áreas ligadas ao estudo do homem e seus artifícios demonstra que há uma clara necessidade de (mais) dados que sejam (mais) apurados, de forma a torná-los minimamente sensíveis ao contexto e aos fenômenos que circulam a análise – cujas conclusões seriam mais relevantes frente ao universo complexo das humanidades (Cf. SCHÖCH, 2013).

O que parece claro sob essa perspectiva, portanto, é a centralidade da *experiência* na análise de um fenômeno, além da impossibilidade de compreendê-la minimamente utilizando métodos que não se aplicam (ou não deveriam ser aplicados) ao estudo de *softwares*. Dessa forma, faremos nossa análise sob o formato de um estudo de caso, mas utilizando dados providos pelo próprio Foursquare – dispersos nos blogs oficiais da rede, nos relatórios divulgados esporadicamente pela empresa e em reportagens, entrevistas e textos de terceiros que mencionem e/ou façam uso de informações oficiais –, bem como a experiência do autor

desta dissertação com o software.

Constituem aspectos que serão analisados:

- Uso do software em hardwares diferentes (computador / dispositivos móveis);

- Funções (Usos/Performances) possíveis: Check-in / Pontos, Rankings, Stats, Prefeituras / Troca de mensagens e fotos / Dicas com Geofencing / Funções ativadas por aplicativos vinculados

- Variação dos usos das funções ao longo dos anos;

Sobre o primeiro e o último tópicos, cabe-nos salientar que não se trata de analisar mudanças na interface, mas no *uso* distinto que se pode fazer do aplicativo em *desktops* e em dispositivos móveis.

Naturalmente, como vamos tratar de experiências e com o objetivo de atingir conclusões minimamente relevantes, a análise nos obriga a fazer menção ao funcionamento de programas que operam de forma semelhante ou complementar ao Foursquare, tais como o *Instagram*, *Waze* ou o *Whatsapp*. A exploração de características específicas desses *softwares* será restrita às necessidades de nossa enunciação, dada a limitação do objeto e do tempo para produzir essa pesquisa. Ainda em função desses mesmos constrangimentos, a reestruturação e separação do Foursquare em dois aplicativos diferentes – anunciada no dia 02 de maio de 2014 e implementada no mesmo mês – será tratada aqui apenas de forma superficial, dada a falta de dados e, sobretudo, de experiência com os novos softwares para tecer reflexões profundas em relação a eles.

## Capítulo 3 - Análises

### Contextualização e classificações

Wilken (2012), Tutters (2012) e Zeffiro (2012) atestam o uso massivo de tecnologias locativas em nossos dias, com tendência a taxas de crescimento ainda maiores nos anos que se projetam. Os tipos são dos mais variados, e o Foursquare talvez seja um desses casos singulares, por reunir características de jogo, rede social móvel e aplicativo capaz de rastrear posições e gerar mapas diversos.

Lemos (2009) classifica os projetos com mídias locativas em cinco grupos distintos: Anotações urbanas eletrônicas; Aplicativos de Mapeamento; Redes sociais móveis; Jogos computacionais de rua; e Mobilizações Inteligentes – as *smart mobs* de Rheingold. O conjunto de funções desempenhadas pelo Foursquare, no entanto, permite-nos incluí-lo em cada uma das categorias elencadas por Lemos (2009). Sendo uma rede social móvel, o Foursquare permite criar anotações urbanas na forma de check-ins e dicas deixados pelos amigos; criar mapas com a posição desses amigos e de lugares de determinada categoria na cidade; serve a práticas de encontros periódicos com diversos propósitos e formação de "clãs"; e ainda opera como um jogo que convida à exploração das cercanias e à competição com os amigos.

Criado em 2009 por Dennis Crowley e Naveen Salvadorai, com sede em São Francisco e New York (EUA), o Foursquare conta hoje com cerca de 50 milhões de usuários. A rede social, que também funciona como um jogo, ainda serve como um guia local para todo tipo de atividade na cidade; para Crowley, "o Foursquare é *um pouco de tudo* – um aplicativo para localizar amigos, um guia local da cidade, um jogo móvel interativo"<sup>33</sup>. O mesmo tom seria repetido em diversas declarações de Crowley, que passou a direcionar os rumos da rede sozinho a partir de 2012, quando Salvadorai deixou o "projeto" – desde o princípio e até recentemente, o app tem passado por mudanças frequentes na interface, API e até mesmo no

---

<sup>33</sup> Declaração disponível em <http://blog.foursquare.com/post/617432390/foursquare-is-a-little-bit-of-everything-a>

propósito (declarado) de seus criadores com o aplicativo, mas sempre mantendo o mesmo grupo de funções.

Outra constante durante todo o período de operação da rede é a manutenção de um aplicativo para dispositivos móveis (celulares de toda espécie) paralela à existência de um site-espelho, vinculado ao uso do aplicativo (Ver FIGURA 1).

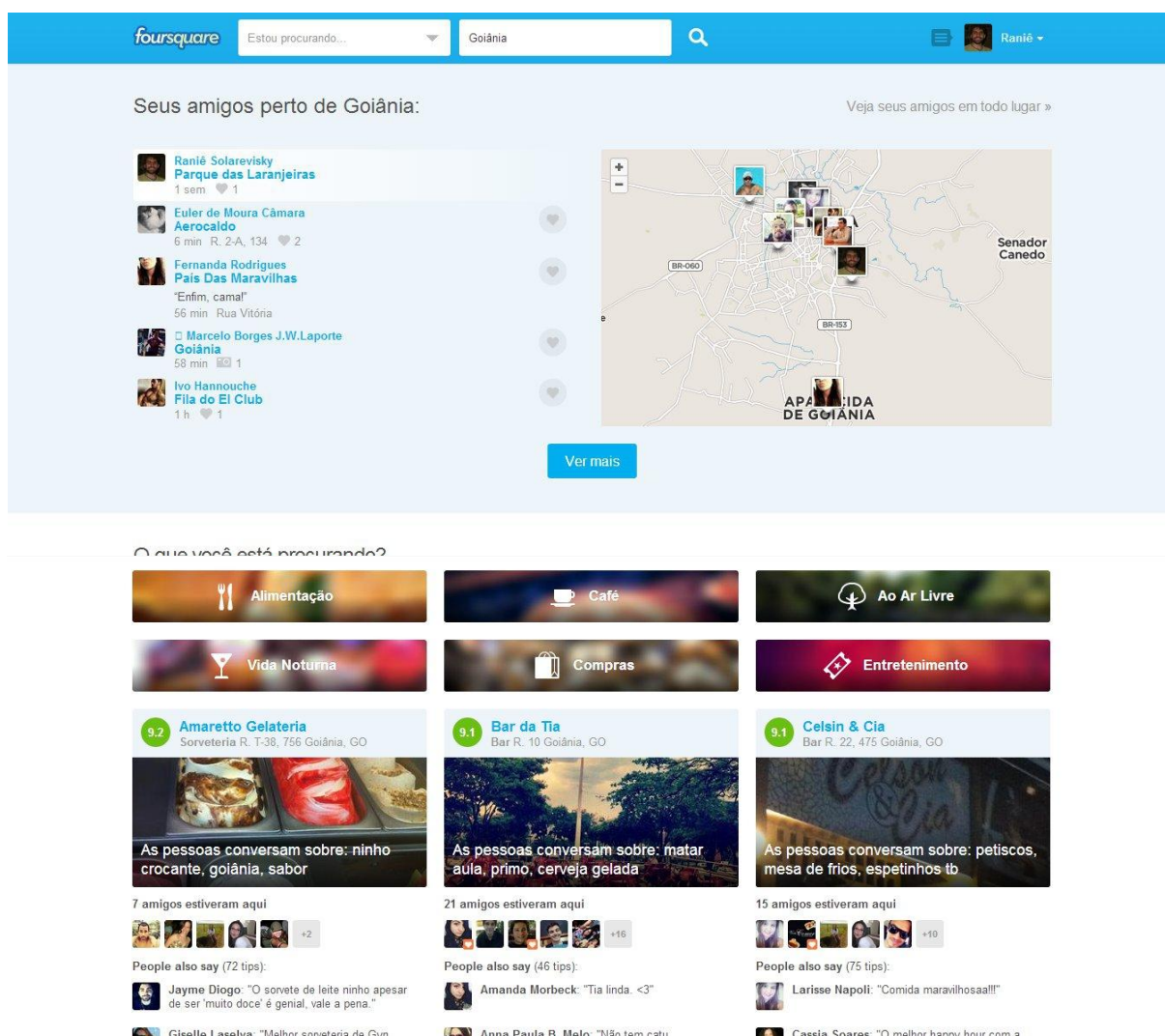


FIGURA 1 – Imagem do site do Foursquare

Essa dinâmica seria alterada, em maio de 2014, com a criação do *Swarm*, um "app irmão" do Foursquare que dividiria algumas das funções antes inteiramente acumuladas pelo primeiro. Frente à mudança, é importante destacar que, se os *prints* de tela ou as descrições que fazemos a seguir podem soar datadas, nossa interpretação das funções do aplicativo não podem ser postas no mesmo cesto, uma vez que essas funções foram apenas alocadas para o

Swarm . Ainda sobre o mesmo fato, deve-se considerar que nossa análise não pretende esgotar tudo sobre o Foursquare (o que nem seria possível), mas usá-lo como exemplo vivo do uso de aplicativos baseados em geolocalização na comunicação, subsidiando nossas reflexões em torno da questão-problema.

Em seus primeiros meses, o uso da rede foi visto com desconfiança, dado que muitos usuários preocupavam-se sobretudo com questões de segurança e privacidade, ao revelarem sua localização. Alguns observadores chegaram a criar o site *pleaserobme.com* (em tradução livre, "porfavormeroube.com"), onde publicavam *tweets* de usuários que compartilhavam seus check-ins no Twitter. Boa parte do temor direcionado à geolocalização foi rompido com a implementação das mesmas funções por parte de redes maiores, como o Facebook com o *Facebook Places*, e a criação de outros aplicativos com funções adjacentes às locativas – como o *Instagram*, construído com base na API do Foursquare.

O perfil de usuário no Foursquare tem seções com visibilidade editável, mas na configuração padrão, exibe itens de identificação (nome, links para outras redes sociais, etc.) as medalhas (*badges*) e prefeituras conquistadas (estatísticas), listas de lugares salvos, e um histórico com os últimos check-ins realizados, além das dicas e fotos postadas (Ver FIGURA 2).



FIGURA 2 – Perfil de usuário no foursquare num dispositivo iOS

Tal como no Facebook, também há Páginas com atualizações que podem ser assinadas pelos usuários. Entre as funções executadas pelo aplicativo, estão o check-in, a criação de dicas, troca de texto, imagem e localização, ativação de aplicativos vinculados e um sistema de pontuações e conquistas que o fazem parecer um jogo.

Nossa intenção aqui, conforme o que consta no capítulo anterior, não é a de catalogar os usos que se faz do aplicativo – que, como veremos, são diversos e geram performances variadas –, mas o de explorar suas possibilidades, buscando pontos que iluminem a observação de nossa questão-problema. Sob essa perspectiva, é razoável dizer que nossa proposta aproxima-se da visão de Flusser (2002; 2007; 2008) sobre os softwares em geral, que deveriam, na interpretação do autor, ser usados para a exploração de possibilidades e não

para a criação de modelos ou simulações de experiências a que já temos acesso. Ainda assim, é necessário dar à nossa interpretação alguma sustentação em práticas que de fato existem e, por essa razão, faremos menções a elas quando necessário.

### **Check-in**

O *check-in* é a principal função do aplicativo – e a principal fonte de dados do Foursquare: números oficiais contabilizam mais de 6 bilhões deles<sup>34</sup>. Em termos práticos, ao tocar no botão de check-in (Ver FIGURA 3), o usuário diz aos amigos de sua rede onde está – com direito a algum texto (*shout*)/foto embutidos na marcação –, escolhendo dentre as *venues* (lugares) disponíveis no sistema.

---

<sup>34</sup> <https://pt.foursquare.com/about>





FIGURA 3 - Timeline do Foursquare num dispositivo iOS (iPhone). Em destaque, o botão de check-in.

Só é possível fazer check-in em *venues* (lugares) registrados pelos usuários no banco de dados da rede. Não há qualquer restrição para a criação de uma *venue* – o que dá vazão ao registro de "lugares" bastante inusitados –, no entanto, uma vez criada, não é possível editar informações sobre ela. Ainda assim, *supersuários* podem editar essas informações, além de outros privilégios. Quando um usuário faz check-in, essa ação é imediatamente exibida na timeline de seus amigos (Ver FIGURA 3).

Por meio do check-in, regula-se o sistema de pontuações, prefeituras e *badges*, os mapas disponíveis no app são preenchidos com a posição de cada usuário, aplicativos

vinculados são ativados, e o app torna-se capaz de fornecer dicas e recomendações personalizadas ao usuário, dependendo de onde ele está ou de onde costuma fazer check-in. Não é possível fazer check-in por meio do site do aplicativo; no entanto, há uma versão web do mesmo bastante simples, onde é possível realizar check-ins simples (sem fotos), mas que não contabilizam pontos para a obtenção de prefeituras, por exemplo. Dessa forma, a intenção é que o aplicativo de fato seja utilizado em plataformas móveis<sup>35</sup>.

Pelo computador, com as limitações da versão web, não é possível fazer muito mais do que observar. Mais do que isso, fazer check-in num lugar sem que se esteja nele vai contra o princípio da experiência: com efeito, o check-in no Foursquare – ou uma marcação no mapa de fotos do *Instagram*, uma dica no *Waze* ou o registro de uma memória no *Path* – só pode funcionar propriamente se realizado *in loco*. Dicas sobre outras atrações na região do hotel em que acabo de fazer check-in não terão muita utilidade se, na verdade, eu estiver em casa, em frente ao computador. Em termos menos práticos, a dinâmica das mídias locativas convoca o retorno da escrita e leitura do espaço pelo nomadismo – com a diferença de que em nossos dias temos um grande volume de referências públicas compartilhadas para caminhar<sup>36</sup>.

Como já pontuamos, para Lemos (2009; 2010), a emergência de mídias locativas marca uma nova fase no uso da internet, em que predominam operações de *download* em detrimento daquelas de *upload*, realizadas majoritariamente numa fase anterior de uso da rede. A afirmação é digna de ressalva não só porque boa parte das operações envolvem *download* e *upload* simultâneos e/ou interdependentes, mas principalmente em razão de que qualquer circulação de dados frequentemente envolve *uploads* dos usuários. Quando um usuário faz check-in no Foursquare, chama a atenção para um buraco numa via urbana utilizando o *Colab*, ou informa sobre as condições de tráfego numa avenida usando o *Waze*, por exemplo, as informações enviadas é que determinam todos os *outputs* que se recebe em seguida e portanto, são elas que de fato dão forma à experiência com o software.

Há, no entanto, algumas regras definidas pelos próprios usuários – de acordo com informações oficiais<sup>37</sup> do Foursquare – para balizar as ações de criação, edição e

---

35 Essa intenção está expressa, por exemplo, numa declaração de Naveen Salvadurai, disponível em [https://getsatisfaction.com/foursquare/topics/why\\_cant\\_i\\_check\\_in\\_from\\_the\\_website](https://getsatisfaction.com/foursquare/topics/why_cant_i_check_in_from_the_website)

36 Vale aqui um destaque para as diferentes maneiras de se fazer isso, em termos práticos: Com o *Waze* – tido como uma espécie de "GPS social" –, a lógica de deslocamento nas cidades regida pelo automóvel torna-se patente. A relação entre linhas de transporte e sistemas de comunicação, discutida por Carey (2009), também parece tomar novo fôlego, ainda que por um viés diferente da reflexão original – o que merece estudo e pesquisa mais apurados.

37 *House Rules*, disponível em <https://pt.foursquare.com/info/houserules>

compartilhamento de conteúdo na rede. Dentre elas, destacam-se a citada recomendação de não se fazer check-in num lugar em que não se está, e também a de não adicionar lugares que "na verdade não existem". A orientação prescreve:

Um lugar no Foursquare deve ser uma localização social onde as pessoas de fato possam se encontrar. Oh, e lugares como o *Snowpocalypse* (que são baseados em um evento real, temporário) são sociais e portanto aceitáveis! Confuso? Bem, achamos que se as pessoas estão gostando de fazer check-in em um lugar e isso não está machucando ninguém, é legítimo. Exemplos do que não se deve adicionar: Estou em um avião, preso no trânsito, sua mãe. (FOURSQUARE BLOG38, tradução nossa)

Diferente da intenção dos videogames de destacar-se da realidade, os lugares (*venues*) no Foursquare fazem parte dela (Ver FIGURA 4).



FIGURA 4 – Página de venue no foursquare. Destacado em verde, a opção de realizar check-in.

O *hover Curiosity*, da agência espacial americana NASA, tem uma página no Foursquare<sup>39</sup> onde publica periodicamente seus check-ins na superfície do planeta Marte. Assinar as atualizações do Curiosity não nos transporta para uma realidade ou mundo alternativo/imaginado chamado "Marte" – acompanhar os check-ins e as dicas do robô enquanto explora o planeta vermelho só nos dá a sensação de estar em contato com o espaço que *é, de fato, de outro mundo*. O Curiosity, preocupado em desintegrar rochas para analisar sua composição, mapeia o território até então inexplorado ao deslocar-se nele e revelar suas impressões em seus check-ins.

Locais "reais", no entanto, podem evocar vivências de ficção. A Ubisoft, produtora dos

<sup>39</sup> <https://pt.foursquare.com/p/mars-curiosity/36188980>

jogos da série *Assassin's Creed*, criou uma lista de venues<sup>40</sup> com lugares por onde os protagonistas da série já passaram. Em *Assassin's Creed: Revelations* o protagonista Ezio Auditore, controlado pelo jogador, visita a torre de Galata Kulesi – onde sofre uma queda até suas cavernas subterrâneas e recupera uma das *Masyaf Keys*. Numa viagem para Istambul, quando o usuário do Foursquare que assinou a lista faz check-in na torre de Galata, o software exhibe esse item como "feito" e mostra informações que ligam o local ao universo do jogo. Passar por todas as locações listadas em que se desenvolve a narrativa de *Assassin's Creed*, portanto, é refazer os passos de Ezio; ou mais especificamente, do próprio jogador – e ao mesmo tempo, estar nos lugares que inspiraram suas representações no universo do jogo da Ubisoft.

Nesse sentido, as *venues* aqui são abstrações de lugares; representações nulodimensionais deles, com as quais podemos cobrir a locação original de múltiplas camadas informacionais, em tempo real, experienciando o lugar de forma "aumentada" – consciente de seu passado, munidos de etiquetas sociais para experimentá-lo e calejados pela vivência de ficções que o atravessam. Se isso não parece diferente de visitar o pequeno vilarejo onde nascemos, recordar sua história e ter contato com os dizeres e rumores impregnados no cotidiano, é preciso fazer uma ressalva: a observação não vale para lugares onde nunca estivemos. Se chego pela primeira vez a Paris e realizo check-in na torre Eiffel, o software é capaz de imediatamente fornecer informações diversas, personalizadas de acordo com meu histórico de check-ins, sobre hotéis, restaurantes e o que mais estiver por perto.

A figura de um mapa aqui, portanto, é fundamental. A diferença mais elementar entre um mapa do século XIX e os mapas exibidos no Foursquare, Colab, Waze ou *Path* parece ser, além da atualização dos últimos em tempo real, a possibilidade de construção coletiva de um cenário. Há pelo menos dois tipos de mapas no Foursquare: um que exhibe a localização atual dos amigos; e outro que exhibe venues de uma categoria selecionada pelo usuário (Ver FIGURA 5; FIGURA 6). Mesmo que o último tipo de mapa pudesse ser confeccionado por meios convencionais, com papel e caneta, apenas venues *criadas pelos usuários* são exibidas na tela. Nesse sentido, o Foursquare é um mapa social das cercanias, criado e atualizado de forma colaborativa.

---

40 Listas são agrupamentos de venues que podem ser criadas e editadas pelo usuário a qualquer momento, seja como uma lista de tarefas a cumprir ou mesmo como memorial de uma viagem, por exemplo. A Ubisoft compilou alguns locais de diversas países na lista “Assassin'n Creed locations”, disponível em <https://pt.foursquare.com/ubisoft/list/assassins-creed-locations>





FIGURA 5 – Mapa com os últimos check-ins realizados pelos amigos

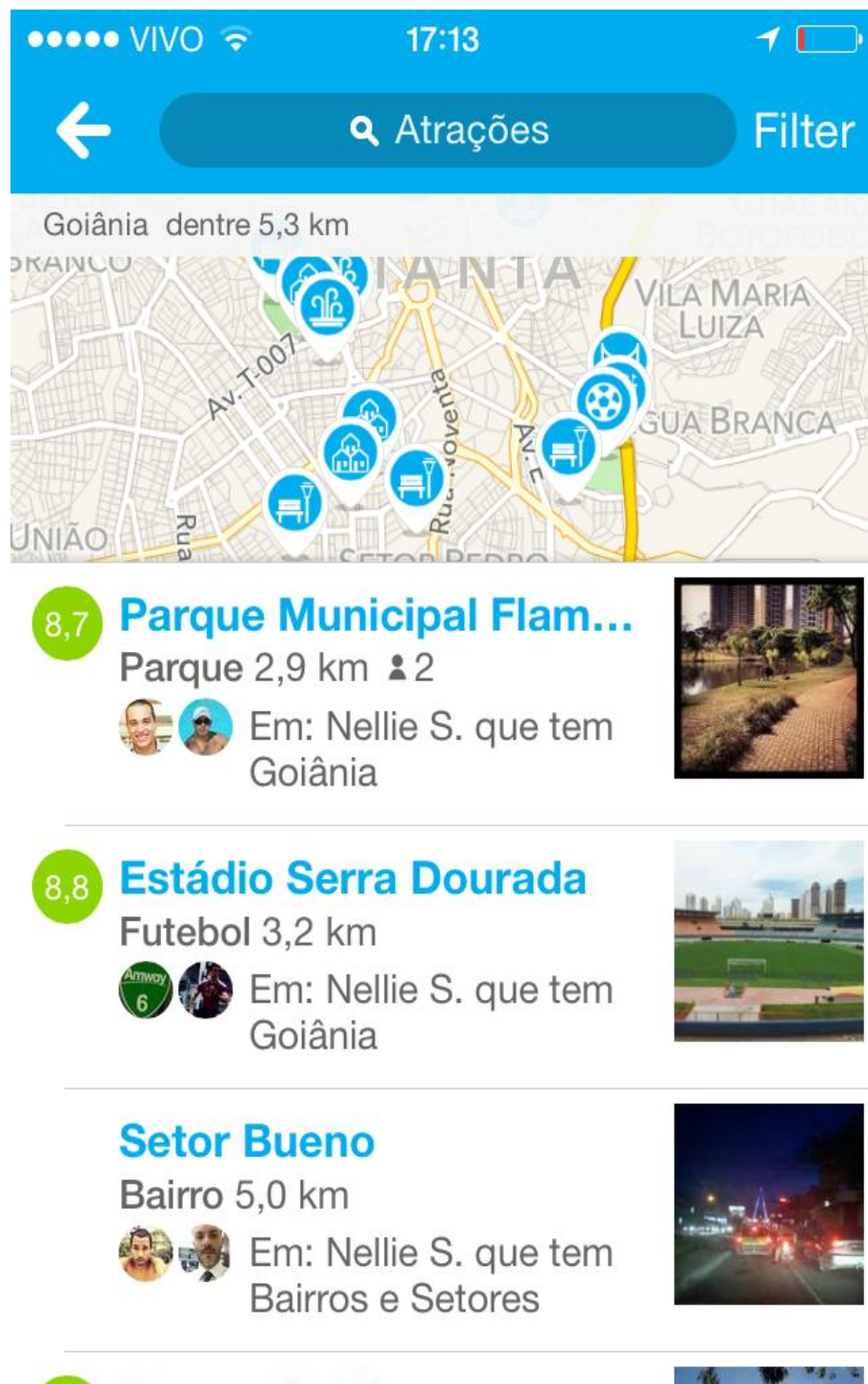


FIGURA 6 – Mapa de venues mostrando avaliações e check-ins recentes de amigos

Se, conforme Carey (2009), comunicar-se é construir mapas mentais, aplicando uma camada informacional sobre a realidade, aplicativos baseados em geolocalização como o *Foursquare* ou o *Waze* parecem estender e sistematizar a metáfora. Com a rede de lugares que frequento dispostas na tela de meu celular, o mapeamento da realidade é sistematizado: faço

*upload* das referências que carrego comigo para a rede e, ao mesmo tempo, tenho acesso às referências compartilhadas por outros usuários. O dado reforça outra observação de Carrey quanto à dinâmica da comunicação: aqui, "o tornar comum" é verificado no compartilhamento de informação geolocalizada – ao invés de ligar a comunicação à operação de redes que transportam pessoas/coisas/informação de um ponto a outro no espaço, na dinâmica de redes locais, o próprio espaço é a informação tornada comum.

Com a posição de cada amigo revelada no mapa, *as pessoas também tornam-se referências* – e se meu amigo visita regularmente aquele bar no centro da cidade, sinto-me estimulado a fazer o mesmo. A ação também funciona em sentido inverso: o aplicativo *Cloak41* coleta informações de outras redes (Foursquare, Facebook, Twitter, etc.) e mostra a posição de todos os amigos do usuário num mapa, emitindo um alerta quando "aquela pessoa em especial", com quem não se quer encontrar, está próxima. Portanto, a dinâmica do check-in e, numa escala maior, de aplicativos de geolocalização, servem tanto como "atalho" quanto como "desvio" para o encontro com o outro. No primeiro caso, sua operação é um convite à comunicação em diferentes níveis de abstração, em que encontros nulodimensionais abrem portas para encontros tridimensionais (Ver FIGURA 7 'Amiga, também to aqui').



FIGURA 7 – Ao saber que seus amigos estão por perto, um usuário pode ir ao encontro deles

Outro aspecto importante a se observar é que as referências apontadas no mapa (as



peças) são *móveis* e por isso, mesmo que suas posições sejam atualizadas em tempo real, só mudam se cada usuário atualizar sua posição manualmente – ou habilitar o recurso de que ela seja atualizada de forma automática. Sob essa ótica, o "mapa social" exibido pelo Foursquare ainda é uma captura espaço-temporal; uma foto, ao invés de um filme em movimento. Mamil et al (2012) apontam que a atualização automática da posição do usuário é limitada pelos dados que o sistema consegue colher e não passa pelo crivo subjetivo dos check-ins manuais. Não realizar check-in num lugar privado (como a própria casa) ou fazer check-ins seguidos em locais que não se visitou, por exemplo, são decisões guiadas por questões que a automação não consegue julgar, como a preocupação com a privacidade ou a busca de uma medalha (*badge*).

A atualização automática da posição do usuário em sistemas de navegação urbanos não permite que ele realize check-in em lugares que "não existem no mundo real" (Ver FIGURA 8; FIGURA 9).

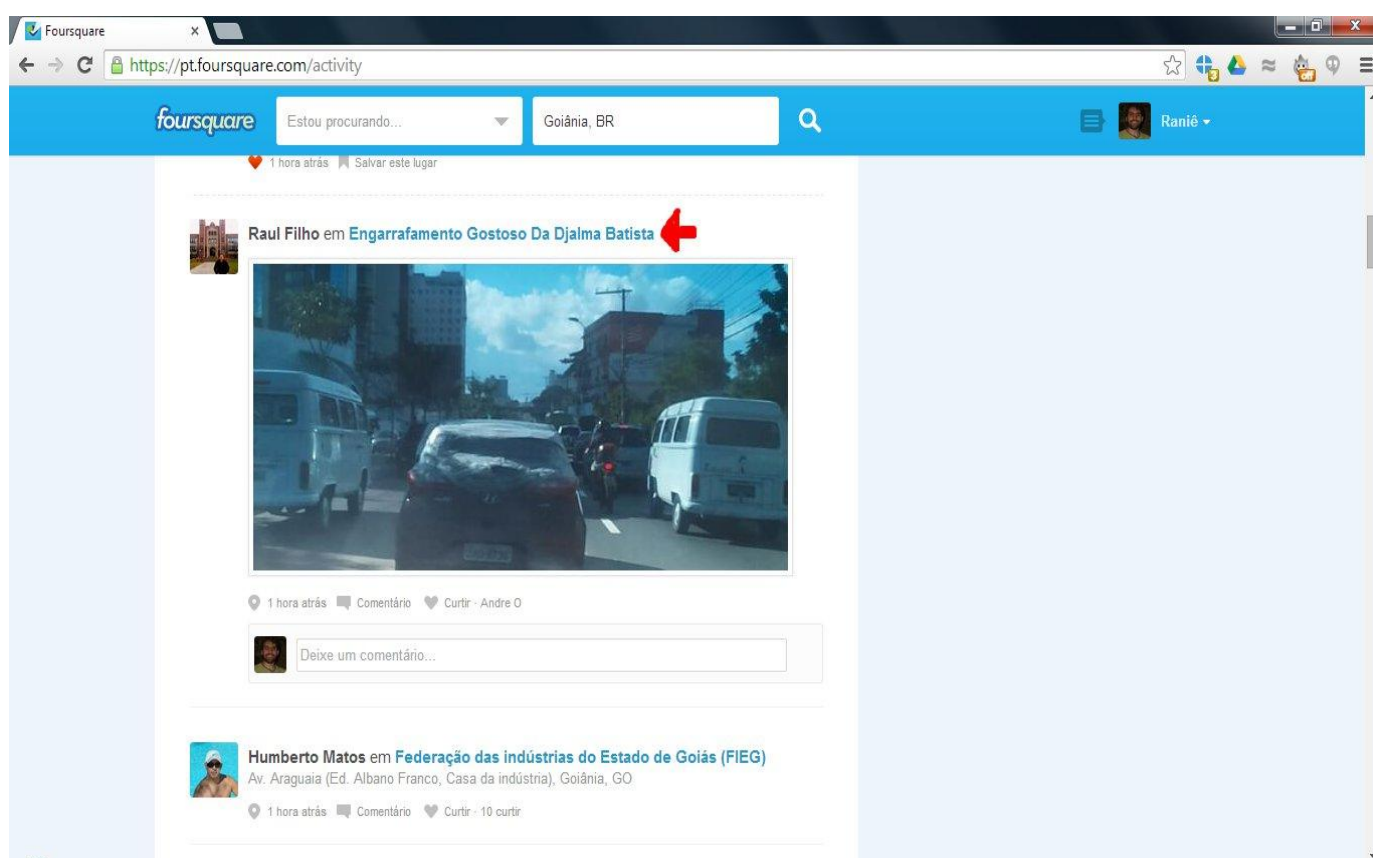


FIGURA 8 – Seta vermelha destaca check-in no "lugar" chamado de "Engarrafamento Gostoso da Djalma Batista"

The screenshot displays the Foursquare interface for a location named "Engarrafamento Gostoso Da Djalma Batista" in Goiânia, BR. The page features a header with the Foursquare logo, a search bar, and the current location. Below the header, there is a map showing the location's coordinates. The main content area includes a title, a description, and statistics such as "Total de frequen... 45" and "Total de Check-Ins 71". There are also buttons for "SALVAR" and "COMPARTILHAR". A section titled "Um amigo já esteve aqui" lists a user "Raul Filho" with 8 check-ins and 1 photo. Below this, there is a "Deixe uma dica para outras pessoas..." input field with a "PUBLICAR" button. A "2 dicas" section shows two tips: "Ande com fone de ouvido!!!" by Diogo Iglesias and "Infelizmente, ou é esse caminho, ou a Constantino Nery com a faixa azul..." by Romário Morais Cardoso. On the right side, there is a map showing the location's coordinates and a check-in by "Prefeito: Janaina F." with 4 check-ins in the last 60 days. At the bottom right, there is a section titled "Esta é a sua empresa? Reivindique agora." with a link to "Reivindique agora."

FIGURA 9 – Dicas, prefeitura, check-ins, coordenadas e fotos da venue "Engarrafamento Gostoso da Djalma Batista"

Uma fila ou um engarrafamento certamente não têm uma coordenada fixa no tempo-espaço da cidade – no máximo, corresponde a pontos de enforcamento do trânsito recorrentes em determinadas faixas de tempo e concentrados nesta ou naquela via. Mais precisamente, um engarrafamento não é um lugar no sentido estrito do termo – não se vincula a ou constrói identidades, não leva as relações humanas além dos (des)acordos de trânsito e não parece alimentar a memória. Nos termos de Augé (1996), parece pender à categoria dos não-lugares.

No entanto, registros fotográficos de momentos vividos ali, troca de informações entre

os que frequentam o local, e a vivência partilhada de uma experiência que nos identifica como cidadãos ou transeuntes com destinos comuns, por exemplo, parecem suficientes para identificar um lugar. Dessa forma, mesmo que existam certas restrições de parte da comunidade formada no Foursquare quanto à criação de lugares que "não existem", que não têm suporte físico definido, eles estão indexados na rede – e portanto, *eles existem*. Nesse sentido, o mapa da cidade fornecido pelo Foursquare não é constituído de representações de ruas, edificações, ou espaços públicos, mas de experiências, zonas de encontro, pontos no espaço e no tempo que servem como interseções entre redes de atores diversos.

Assim, ao sistematizar e registrar redes de atores que já existem, cruzando referências de múltiplas fontes (pessoas), aplicativos de geolocalização evidenciam a existência de lugares que métricas mais formais não seriam capazes de identificar. Mais uma vez, a conexão entre espaços e o armazenamento, processamento e transmissão de informação – algo a que Flusser chama de Comunicação – parece patente. A aplicação da camada informacional provida pelo Foursquare a um ponto espacial (o lugar) e temporal (o instante) – o check-in – gera imagens de meu *mapa mental* na tela do celular – aumentado pela complementação dos mapas de meus amigos. Em certo sentido, a miríade de etiquetas sociais que o Foursquare vincula aos lugares (todas as informações inscritas nos check-ins, dicas, curtidas, etc.) constitui a digitalização dessas referências – a representação mais abstrata de nossos índices espaciais comuns de significado: nosso mapa nulodimensional das cercanias.

Ao "tornar comum" (comunicar) informações ligadas à localização de cada amigo, o que temos em mãos são os registros dos usos que cada um deles faz de determinado espaço. Nos termos de Lefebvre (1991), ao fazer check-in, tornamos nossas práticas espaciais muito mais acessíveis (Cf. CHESHER, 2012) e documentamos o espaço vivido. De forma recíproca, ao visualizar a timeline com os check-ins dos amigos, aumentamos nosso espaço percebido, e esse conjunto de ações contribui para a modificação das concepções que temos sobre esses espaços. Essas observações tornam evidente a maneira como a construção do espaço é realizada por meio do compartilhamento de informações – o "tornar comum" de Carey (2009); ou da cobertura do espaço físico com uma camada informacional (Ver FLUSSER, 2002; 2007; 2008).

Portanto, conforme Russel (1999), a posse de um aparelho capaz de nos fornecer informações sobre um espaço transforma este mesmo espaço. Numa escala maior, a afirmação lembra o postulado máximo de McLuhan, de que toda nova tecnologia cria, por si só, novos

contextos. Nesse sentido, a mecânica do check-in cria novos espaços, e modifica nossas relações com/naqueles que já existem – e de maneira bastante peculiar quando o aplicativo é utilizado como um jogo.

### **Gaming: Pontos, Rankings, Medalhas, Prefeituras**

Todo check-in no Foursquare confere pontos ao usuário, que o situam num ranking exibindo as pontuações de seus amigos (Ver FIGURA 10).

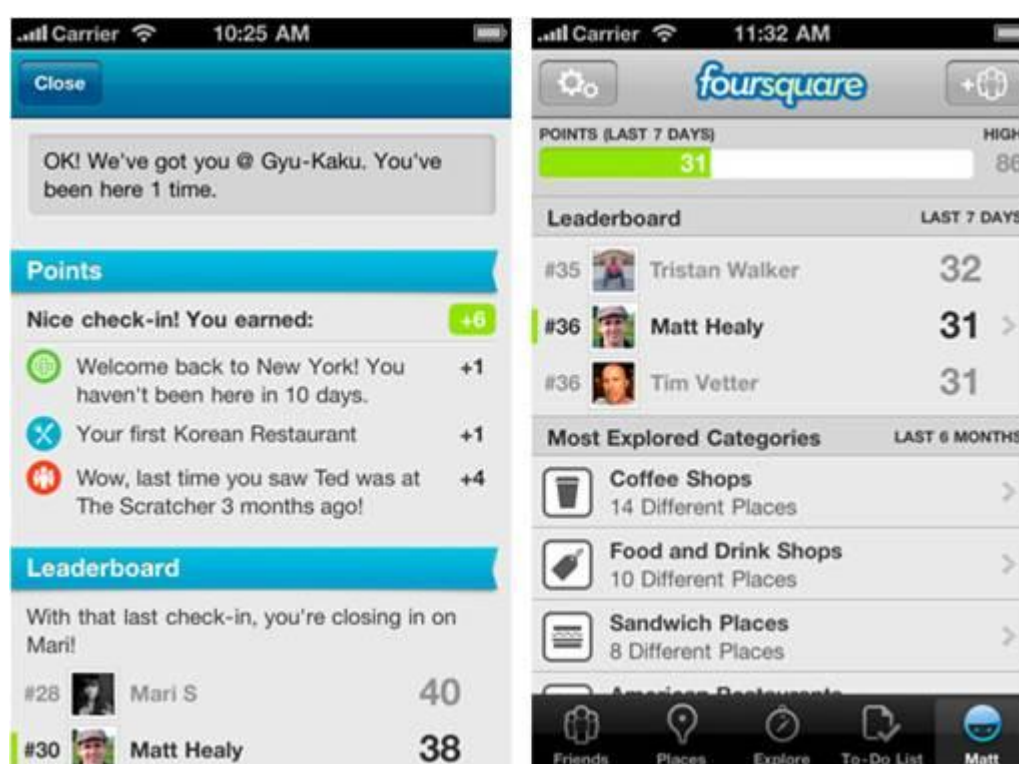


FIGURA 10 – Formato da leaderboard do Foursquare em 2011 (à esquerda) e em 2010 (à direita)<sup>42</sup>

O usuário com maior número de check-ins em determinado local nos últimos 60 dias torna-se o prefeito (*mayor*) dele. Exceto para alguns locais que concedem descontos ou outros tipos de brindes aos prefeitos, não há qualquer benefício derivado da prefeitura de uma venue – nem dentro do universo do aplicativo, nem "na vida real". E o cumprimento de tarefas específicas confere ao usuário as cobiçadas *badges* (Ver FIGURA 11) – fazer check-in 10, 25 ou 50 vezes, ou simplesmente fazê-lo numa venue de determinada categoria (como uma

<sup>42</sup> Fonte: Disponível em <http://www.catalystmarketers.com/foursquare-version-3/>. Acesso em 22 de junho de 2012.

pizzaria ou uma biblioteca) ou em determinada data festiva ou feriado (como no Halloween).



FIGURA 11 – Relação de badges (medalhas) retiradas de perfil de usuário

Como em qualquer jogo, há regras que os usuários devem seguir. Para além dos tradicionais "Termos de Serviço"<sup>43</sup> e as pré-definições em nível de programação, a rede ainda disponibiliza as "Regras da Casa"<sup>44</sup> e regras de formatação e estilo para a criação e sugestões de edição de lugares (*venues/places*)<sup>45</sup>. As *House Rules* mencionam, por exemplo, que não é recomendado fazer muitos check-ins num só lugar, ou em lugares que sequer se visitou, com o objetivo de conseguir pontos ou medalhas. Os programadores chegaram a criar um "código para os trapaceiros"<sup>46</sup> que passou a pontuar check-ins apenas quando eles eram realizados *in*

43 Disponível em <https://pt.foursquare.com/legal/terms>, acessado em 7 de junho de 2014

44 Disponível em <https://pt.foursquare.com/info/houserules>, acessado em 7 de junho de 2014.

45 Disponível em <https://support.foursquare.com/hc/en-us/articles/201064960-What-is-the-style-guide-for-adding-and-editing-places-> e também em <https://pt.foursquare.com/info/editguidelines>, acessado em 7 de junho de 2014.

46 Disponível em <http://blog.foursquare.com/post/503822143/on-foursquare-cheating-and-claiming-mayorships-from->, acessado em 7 de junho de 2014.

*loco*. No entanto, os *jumpers* – como são conhecidos os usuários que "saltam" de uma venue a outra na busca de badges e pontos – descobriram brechas na programação e ainda persistem.

Marwick (2009) afirma que o Foursquare é um "*prescriptive social software*"; um programa que "encoraja comportamentos sociais particulares e oferece recompensas muito claras por se comportar do jeito 'certo'" (MARWICK, 2009). Uma breve observação dos mecanismos de pontuação faz-nos concordar com a mesma autora quanto à valorização da descoberta de locais novos. Check-ins em locais inéditos atribuem um número maior de pontos – e podem desbloquear badges por si só. Há portanto, um forte estímulo à exploração da cidade. Posto dessa forma, o princípio lembra a ideia de gamificação, que já descrevemos no capítulo 1, no sentido de recompensar uma tarefa que se estimula o usuário a cumprir.

Bogost (2010) compara o funcionamento das mecânicas de jogo de aplicativos baseados em check-ins, como o Foursquare e o extinto *Gowalla*, a programas de fidelidade, como as milhas aéreas das companhias de aviação e os *achievements* e *trophies* das redes Xbox Live (das plataformas Xbox) e PSN (plataformas Playstation), respectivamente. Para Bogost (2010), os programas de milhas aéreas, com atribuições de pontos e diferentes marcas de status, não representam exatamente um jogo, mas "um sistema de regras complexas (BOGOST, 2010, p. 01)". Para o autor, mesmo que alguns erros criem oportunidades exploráveis, um jogo "não é exatamente um processo de enganar o sistema, mas o de explorar seu espaço de possibilidade e interpolar perícia dentro dele. O fato de que as regras são opacas e mudam frequentemente tornam o processo desafiante e gratificante ao mesmo tempo ( BOGOST, 2010, p. 1, tradução nossa).

Também é importante notar que os pontos obtidos podem ser trocados por coisas tangíveis, já que têm valor social (há uma progressão de status no acúmulo de milhas), de serviço (na medida em que melhora a experiência de vôo) e de troca (uma vez que podem ser usados para adquirir passagens, por exemplo). O sistema de *achievements*, por sua vez, que funciona concedendo premiações aos jogadores que cumprem determinadas tarefas; *deriva de um jogo*, depende dele para existir, mas não interfere em seu universo. O sistema serve, no entanto, para demonstrar a habilidade e destreza do jogador, e portanto, tem valor social, mas não de troca ou de serviço. Ainda assim, também funciona como um programa de lealdade, estimulando a compra de mais jogos para a coleta de *achievements* ou *trophies* (Cf. BOGOST, 2010).

No caso de aplicativos como o Foursquare, na compreensão de Bogost (2010), a

dinâmica de obtenção de badges estaria mais orientada para o primeiro caso, já que informações sobre como obtê-las não são oferecidas de maneira prévia. Poderíamos identificar agenciamento (Cf. MURRAY, 1997) quando o usuário faz check-in no dia do Halloween com o *shout* "Happy Halloween" (*input*) e recebe uma badge tematizada por isso (*output*) (Ver FIGURA 12). No entanto, não há nenhuma orientação sobre como fazer isso por parte do aplicativo – a não ser por meio de dicas encontradas no blog da rede47. Além disso, como já dissemos, os pontos, badges e prefeituras não concedem qualquer valor de serviço ou de troca – o que aproximaria o aplicativo do sistema de *achievements*.

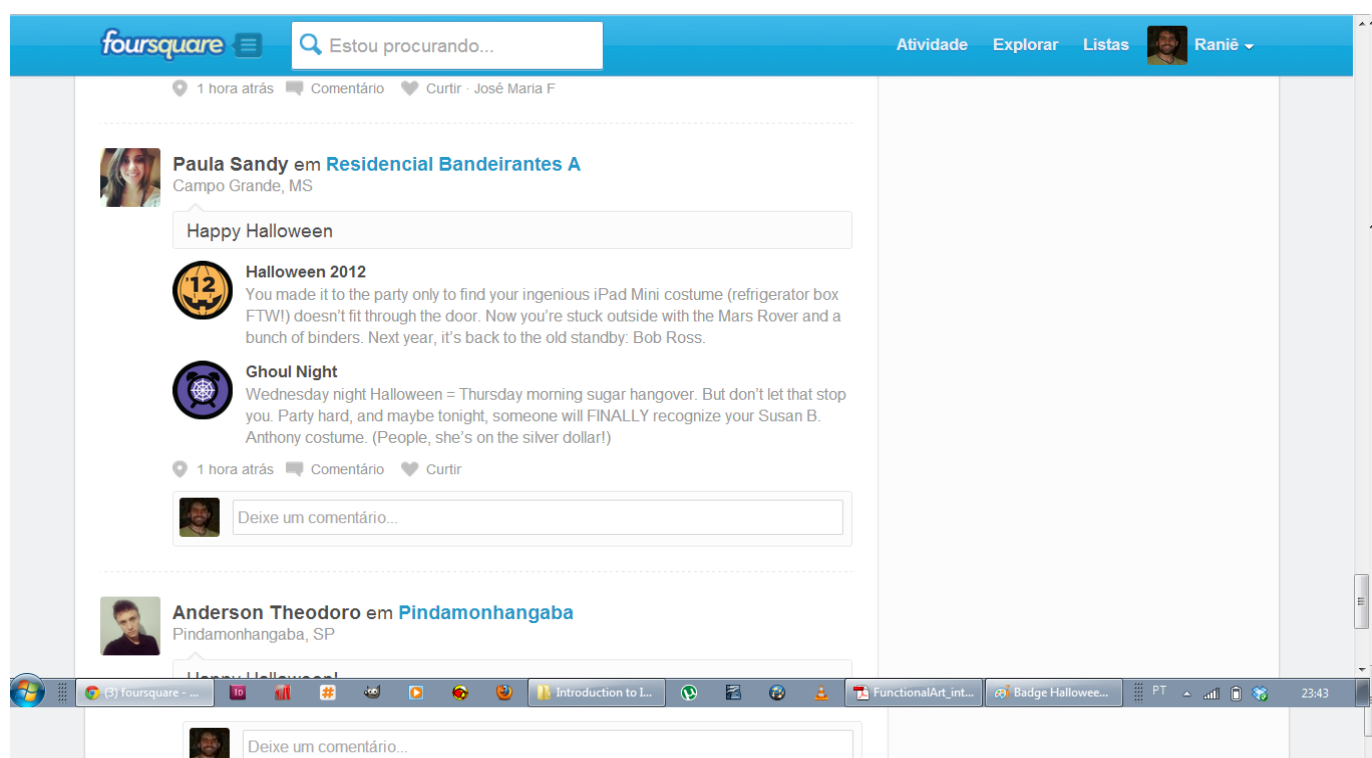


FIGURA 12 – No centro da imagem, a usuária Paula Sandy recebe duas medalhas por realizar check-in no dia do Halloween com o texto "Happy Halloween"

No entanto, se isso parece positivo, por distanciar essas ações de uma sistema com aparência de jogo – como o de milhas aéreas –, Bogost (2010) afirma que o foco do aplicativo não está no que poderia fazer dele um jogo (como a busca por badges e pontos), mas em suas funções com valor social, como o check-in. O autor defende ainda que, se o Foursquare

47 Ao longo dos meses que atravessei nesta pesquisa, coletei links diversos links do blog oficial do Foursquare: boa parte deles, sobretudo os que se referem a badges, tiveram seus posts simplesmente apagados, como é possível perceber no arquivo do blog: <http://blog.foursquare.com/archive> (acessado em 7 de junho de 2014).



funciona um programa de fidelidade, a única ação que pretende replicar é o uso do próprio programa (Cf. BOGOST, 2010). Sob essa ótica, do ponto de vista dos programadores, a exploração da cidade não seria o objetivo final da implementação de um sistema que lembra um jogo, mas apenas uma consequência (ou floreamento) do real objetivo: o estímulo ao uso continuado do software.

Frente às evidências em contrário, somos obrigados a concordar parcialmente com a conclusão de Bogost (2010). Apesar de o foco do aplicativo realmente estar direcionado à interação com amigos e ao mapeamento social das cercanias, declarações oficiais sempre reforçaram a intenção de perseguir esse foco através de ações que lembram jogos. Descrições oficiais do software sempre faziam questão de mencionar que se tratava de um jogo para dispositivos móveis (Cf. SHAW, 2011). Posts no blog da rede afirmam que "Encorajar ações no mundo real é uma grande parte da missão por trás do Foursquare. Nós também estamos atentos ao fato de que alguns desses comportamentos não necessariamente envolvem um check-in"<sup>48</sup> (FOURSQUARE BLOG, 2010, tradução nossa).

Além disso, mesmo que a busca por badges, pontos ou prefeituras crie um círculo de auto-referência, isso não afasta o Foursquare da categoria de jogo – pelo contrário, *aproxima-o dela*. Como um jogo, e conforme Huizinga (2007), as recompensas "reais" que se pode obter com os pontos ou prefeituras do aplicativo – um espresso, um desconto etc. – não fazem parte da ação de "jogar o Foursquare": são derivadas dela. Assim, a auto-referência fecha o círculo mágico, e os êxitos obtidos dentro dele são restritos à sua realidade fugidia. A sensação de não haver fronteiras entre o mundo dito "real" e os fatos que vemos descritos na tela do celular em jogos móveis locativos como o *Ingress*, ou o extinto *Shadow Cities*, deve-se justamente à presença de uma narrativa. Embora não pareça existir uma narrativa nesses termos no Foursquare<sup>49</sup>, certamente há um universo particular em que pontos, badges e prefeituras têm sentido e valor próprios para os jogadores.

No entanto, como é que um jogo – uma atividade executada no abrigo do círculo mágico, fora da realidade comum – pode ser derivado ou estar inscrito em experiências do cotidiano? Uma observação do uso do software através dos cinco planos de Nietzsche (2006)

---

48 Disponível em <http://blog.foursquare.com/post/1173912396/unlock-badges-without-checking-in>. Acesso em 06 de junho de 2014.

49 Alguns autores, como Glas (2013) e Ejsing-Duun (2011), têm sugerido que a sequência de check-ins que forma o histórico do usuário poderiam constituir uma "novelização do cotidiano", uma vez que esses check-ins estão carregados com curtidas, comentários, e referências diversas a locações e pessoas reais. Mais uma vez, por constrangimentos de tempo e espaço, não podemos nos estender sobre essa perspectiva, mas apenas notar que ela merece desenvolvimentos futuros com mais propriedade.



torna essa questão mais fácil de se responder. O primeiro plano, *rule-based*, tal como nos videogames tradicionais, continua invisível ao jogador, sob a forma das linhas de código que faz o aplicativo rodar. O *mediated space* é visível na tela do dispositivo móvel que se está utilizando e/ou na tela do computador. O *fictional space* é resultado da compreensão do usuário sobre tudo o que é exibido pelo plano *rule-based* através do *mediated space*. Por fim, o *social space* reúne todas as interações entre os usuários da rede.

O que diferencia jogos locativos de experiências tradicionais com videogames, como já assinalamos no primeiro capítulo dessa dissertação, é justamente a importância procuciada do *play space*, que passa a ser mais do que um receptáculo físico que circuncreve os outros planos. No caso do Foursquare – e de softwares móveis locativos que operam de forma semelhante –, o *play space* é justamente o que Dennis Crowley e sua equipe insistem chamar de "mundo real". Quando faço check-in (e conquisto badges ou uma prefeitura com o gesto), a mesa do bar em que estou sentado, o quarto do hotel ou o ponto de ônibus passam a compor, momentaneamente, meu *play space* – tal qual o quarto onde durmo, estudo e me visto que também utilizo para jogar videogames presos à tomada.

Outra publicação no blog da rede enfatiza que o "foursquare tenta recompensar você por fazer coisas no mundo real... Descobrir coisas no mundo real, fazer coisas interessantes, conhecer novos amigos... Tudo destrava pontos e medalhas". Em outro fragmento do mesmo texto lê-se: "por muito tempo, tentamos fazer os pontos do foursquare traduzirem-se em alguma coisa significativa... Talvez eles se traduzam em café grátis ou alguma coisa como cartões AmEx ou milhas aéreas frequentes"<sup>50</sup> (FOURSQUARE BLOG, 2010, tradução nossa) Assim, embora as descrições oficiais tentem apelar ao público com uma suposta conexão entre os mundos real e virtual (cuja separação já refutamos no primeiro capítulo), pontos, badges e prefeituras só têm sentido e valor no universo particular em que foram obtidos, no *fictional space* que forma-se no momento de jogo.

No entanto, como já vimos, quando não há traços claros de uma narrativa, outros elementos dão força à imersão no espaço fugidio do jogo. Sendo o Foursquare uma mídia locativa, o celular opera como o objeto transicional (MURRAY, 1997) para o mundo do jogo. Assim, o aplicativo roda em segundo plano no celular, que me acompanha o dia todo no trabalho, por exemplo. Quando escolho entrar no mundo do jogo, faço uma pausa no ofício e abro o aplicativo para me engajar numa das "missões" que estão à vista – como a de superar

---

<sup>50</sup> Disponível em <http://blog.foursquare.com/post/241808957/using-foursquare-to-drive-charitable-giving>  
Acesso em 07 de junho de 2014.

meu amigo que é prefeito do local onde estou ou a de fazer check-in na lavanderia mais próxima para conseguir uma badge. Portanto, em momento algum essas ações parecem "misturar-se" ao meu trabalho ou "borrar as fronteiras" entre ele e o jogo em processo na tela do celular, como pretendem algumas análises (Cf. MONTOLA, 2009; EJSING-DUUN, 2011; SILVA e FRITH, 2010).

Em jogos locativos, o jogador frequentemente é representado por si mesmo. Mesmo assim, embora possa parecer contraditório, a identidade "real" do jogador não é a que ele assume no ato do jogo. Um professor de física nuclear, pai de 2 filhos, originário da Suécia e com personalidade colérica certamente não tem mais ou menos chances de ganhar badges ou vencer os amigos no Foursquare por ser quem é. No momento/espço em que a atividade lúdica ocorre, essas características não têm qualquer importância, e tê-las em mente não vai ajudar nosso professor sueco a ser bem sucedido em sua busca por pontos ou badges – pelo contrário: conforme Murray (1997) e Huizinga (2007), manter a imersão no círculo mágico exige despreendimento da realidade e de quem somos nela.

Frith (2013) insiste em dizer que o Foursquare diferencia-se de outros jogos móveis locativos "porque seus elementos de jogo operam como um estímulo para que as pessoas se engajem em comportamentos não relacionados ao jogo, como ir a bares e sítios históricos [...] [Dessa forma,] elementos de jogo são adicionados a um contexto fora do jogo" (FRITH, 2013, p. 249, tradução nossa). No entanto, conforme as evidências encontradas no próprio trabalho de Frith (2013), nenhum dos usuários entrevistados por ele afirma, em momento algum, que foi levado ao bar para beber com os amigos por conta de uma badge, por exemplo. Um jogador em busca de uma badge pode se deslocar até um bar para conseguir uma badge, mas não é "encorajado" a beber com os amigos pelo jogo.

Nesse sentido, o jogo que existe no Foursquare é quem sustenta as ações realizadas dentro de seu domínio. O que deixa claro outro equívoco no trecho de Frith (2013) que citamos acima: no momento em que se está em busca de uma badge, por exemplo, o bar em que estamos passa a ser o *play space* do jogo – não se trata, portanto, de "um contexto fora do jogo". Assim, frente ao que acabamos de afirmar, é necessário dizer que *um usuário* do Foursquare só se torna *um jogador* se decide engajar-se na realização de determinadas tarefas. O fato deriva não só da estrutura do software – que pode ser usado apenas com ênfase em suas funções sociais, por exemplo –, mas do próprio conceito de jogo, como uma atividade voluntária da qual se decide participar.

Outra observação repetida por muitos – e ecoada por Frith (2013) – é a de que o sistema de prefeituras transforma "lugares reais" em objetos virtuais que são colecionáveis. No entanto, assim como no clássico jogo de tabuleiro *Monopoly* (ou "Banco Imobiliário"), que inclusive chegou a ganhar uma versão parecida com o Foursquare<sup>51</sup>, as venues não passam de representações desses lugares – e sua "apropriação" no sistema de prefeituras não gera qualquer consequência sócio-política, já que só tem validade e sentido no universo do jogo, e enquanto jogo. Além disso, como já pontuamos, o prefeito de uma venue não tem qualquer "poder" sobre a venue ou usufrui de qualquer benefício derivado da prefeitura no universo do jogo.

No entanto, jogadores mais dedicados podem solicitar à equipe do Foursquare o status de "Superusuários"<sup>52</sup>. Para ter direito à progressão, os interessados devem avaliar e sugerir edições de endereços, categorias, e outras informações de venues com problemas reportados pelos usuários comuns (Ver FIGURA 13).

---

51 Lançada em agosto de 2012, a versão eletrônica do popular jogo de tabuleiro é um aplicativo vinculado ao Foursquare, que utiliza sua base de check-ins para guiar ações no jogo. Disponível em <https://itunes.apple.com/app/banco-imobiliario-geolocalizado/id502032158?mt=8>. Acesso em 03 de junho de 2014.

52 Qualquer usuário pode pedir a progressão no link <https://pt.foursquare.com/edit/join> (Acessado em 03 de junho de 2014).

FIGURA 13 – Tela do superusuário do foursquare. Em destaque, no canto superior direito, barras de progressão das tarefas que estão por fazer

Cumpridas as tarefas de iniciação, é possível editar categorias e endereços de venues, juntar locais duplicados e até sugerir que uma venue seja apagada. Apesar de acumularem todas essas permissões, superusuários não têm qualquer controle sobre os pontos, prefeituras e badges dos usuários comuns, que podem sugerir alterações<sup>53</sup> que serão apreciadas pelos primeiros. O acesso privilegiado também não concede qualquer facilidade na obtenção de badges, por exemplo – a não ser no caso de trapaça.

Glas (2013), Frith (2013; 2014), Fischer (2011), e Cramer et al (2011) identificam em pesquisas qualitativas práticas diversas de trapaça, como forma de obter mais pontos, badges ou prefeituras. Glas (2013), afirma que o trapaceiro em jogos móveis locativos desafia as fronteiras entre jogo e a vida cotidiana porque "trapacear adiciona mais complexidade à já borrada distinção entre jogo e não-jogo inerente a essas formas de games" (GLAS, 2013, p.

53 Conforme as orientações encontradas em <https://support.foursquare.com/hc/en-us/articles/201065060-How-do-I-edit-a-place-> (Acesso em 02 de junho de 2014).

11, tradução nossa). Frente ao que já afirmamos aqui, vê-se que o autor acerta a conclusão, mas não sua explicação: Como já dissemos, qualquer jogo é necessariamente distinto da vida cotidiana, realizado dentro de um tempo-espaço particular. A trapaça rompe exatamente os limites desse espaço, ao guiar ações que não são orientadas pelas regras que dão forma ao universo do jogo.

Sobre essa questão, é digna de nota a construção das regras que disciplinam o uso do Foursquare ser acordada entre programadores e "programados", nos termos de Flusser. O fato de a criação de todo o conteúdo da rede ser baseada nos *inputs* dos usuários também demonstra o alto nível de interdependência entre as duas partes. O trabalho dos superusuários, por exemplo, não é remunerado – os usuários privilegiados não recebem mais do que um emblema em suas fotos de perfil –, mas o aplicativo depende de suas intervenções para prover um ambiente de jogo cujas regras funcionem. Os usuários, por sua vez, só podem ser jogadores num universo coerente em que o jogo possa existir: onde, em suma, as regras sejam respeitadas.

Apesar de a experiência de jogo motivar boa parte dos usuários, que declaram usar o serviço apenas para coletar badges e prefeituras ou superar os amigos (Cf. FISCHER, 2011; CRAMER et al, 2011; FRITH, 2013; 2014), as mudanças implementadas ao longo dos anos diminuíram gradativamente sua importância (Ver FIGURA 14).

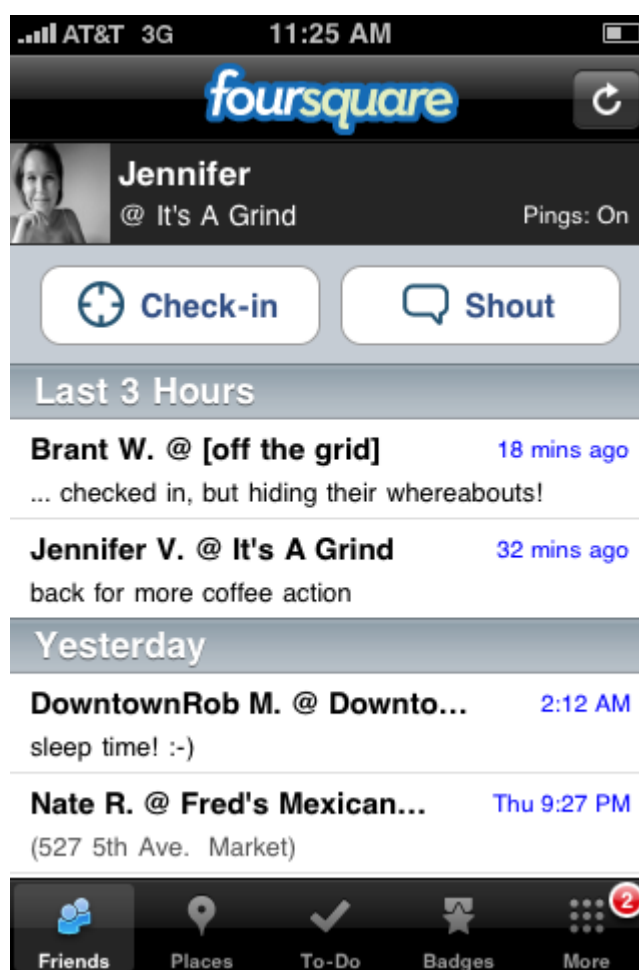


FIGURA 14 – Interface antiga da tela inicial do aplicativo (2010). No barra inferior, o botão de acesso rápido às badges foi removido em versões posteriores.

O mesmo vale para o tensionamento entre real e virtual: o slogan da rede, por exemplo, passou de "Faça o mundo real mais fácil de usar" em 2009 para "Encontre lugares incríveis enquanto estiver na rua" em 2014. As características objetivas que permitem-nos classificar o Foursquare como um jogo foram gradativamente perdendo espaço: até mesmo a *url* do site principal, hoje simplesmente [www.foursquare.com](http://www.foursquare.com), apresentava o programa como um jogo: [www.playfoursquare.com](http://www.playfoursquare.com).

Recentemente os desenvolvedores da rede já haviam relatado certos problemas técnicos<sup>54</sup> no equilíbrio entre os sistemas de recompensa e a precisão dos dados armazenados pelo software. Ainda mais recentes são as declarações que refutam afirmações oficiais do passado. Em um post no blog oficial da rede, lê-se que os desenvolvedores "nunca planejaram

<sup>54</sup> Disponível em <http://engineering.foursquare.com/2014/01/03/the-mathematics-of-gamification/>. Acesso em 12 de maio de 2014.

fazer um 'jogo'"<sup>55</sup> (tradução nossa), ao passo que no mesmo blog, numa postagem de novembro de 2010, o criador do aplicativo afirma que o Foursquare é "um pouco de tudo – um aplicativo para localizar amigos, um guia local da cidade, um *jogo móvel interativo*"<sup>56</sup> (grifo e tradução nossos).

Em Shaw (2011) e também em Shaw e Crobak (2012), internos do Foursquare afirmam que o software serve à busca por pontos e badges. Por outro lado, num dos posts que apresentam o *Swarm*<sup>57</sup>, de maio de 2014, lê-se que o número robusto de usuários da rede passou a tornar a manutenção de uma prefeitura algo "impossível" e que as badges já haviam deixado de ser importantes "há muito tempo atrás", apesar dos insistentes pedidos por mais delas. Fica clara, portanto, uma mudança de direção no foco do aplicativo, ou na visão quanto ao que ele deveria ser – que parece ter culminado na criação do app irmão *Swarm*.

A presença de características de jogo na rede pode ser interpretada como reflexo natural da massificação de uma tecnologia nova, com a qual ainda se está experimentando – fenômeno a que já nos referimos no primeiro capítulo deste texto. Ou ainda, o uso dessas características tão somente para fins de promoção, para potencializar o alcance do aplicativo ou fidelizar sua base de usuários – embutida na tendência da Gamificação – também seria uma possibilidade. Todavia, nenhuma dessas hipóteses – ou mesmo a aparente confusão ou indecisão dos desenvolvedores do aplicativo – negam a afirmação de que *o uso do Foursquare é capaz de configurar um jogo*.

A assertiva não depende do que os criadores da plataforma dizem que o Foursquare é, mas da forma como as pessoas se apropriam dela. Conforme o que demonstramos até aqui, o Foursquare reúne tudo o que é necessário para abrigar uma experiência de jogo; no entanto, nenhum usuário torna-se jogador se não decidir por fazê-lo. Um usuário pode concentrar-se em usar apenas um único conjunto de funções: um que não envolva nenhuma das mecânicas de jogo da rede; ou justamente aquele que ordena um jogo. E é essa perspectiva que permite-nos vê-lo na definição de Huizinga: quando "jogamos o Foursquare", o fazemos *de forma deliberada, dentro das regras definidas* por seu código e acordadas pela comunidade de usuários, tomados por um *sentimento de tensão e alegria*, e conscientes de que o fazemos

---

55 O post está disponível em <http://blog.foursquare.com/post/85232472353/mayorships-and-more-how-swarm-is-going-to-make-your>. Acesso em 03 de junho de 2014.

56 Declaração disponível em <http://blog.foursquare.com/post/617432390/foursquare-is-a-little-bit-of-everything-a>

57 O post está disponível em <http://blog.foursquare.com/post/85232472353/mayorships-and-more-how-swarm-is-going-to-make-your>. Acesso em 03 de junho de 2014.

numa instância espaço-temporal *diferente do cotidiano*.

A vocação lúdica do aplicativo, no entanto, parece ser mais profunda. Com a miríade de funções, e o fato de não haver qualquer orientação para a obtenção de badges, por exemplo, o uso do Foursquare é exploratório, por natureza. Os jogadores precisam construir hipóteses e realizar tentativas, explorando as possibilidades que o aplicativo apresenta. Mas não é dessa forma que interagimos com qualquer software? A pergunta retórica leva-nos a constatar que o mesmo pode ser afirmado quanto a outros softwares que se utilizam de geolocalização ou, numa escala ainda maior, quanto a qualquer tipo de programa cujo princípio de funcionamento não nos seja claro, independente da função que se oferece.

Dessa forma, Flusser (2002; 2007; 2008) nos autoriza a chamar o Foursquare de "jogo" porque o aplicativo é, antes de qualquer coisa, um software. Além de reunir as características elencadas por Huizinga (2007) para ser nomeado como jogo e boa parte dos atributos da experiência de um videogame de nossos dias, usa-se o Foursquare brincando com suas possibilidades, tensionando seus limites com os dados da realidade. O uso do Foursquare configura uma atividade lúdica não só pela maneira como ele opera, mas sobretudo por ser um software, um programa cujas linhas de código de funcionamento desconhecemos, e com possibilidades incontáveis com as quais *jogamos*, efetuando uma performance.

Entrar em um jogo envolve necessariamente tomar a decisão de fazê-lo, e isso torna nossa relação com o software ligada à questão da liberdade. Ao mesmo tempo em que optamos entrar no jogo que configura o uso de um software, somos presos às possibilidades que os programadores nos reservam ao usar esse software (Cf. FLUSSER, 2002; 2007; 2008). No entanto, é importante ressaltar que no caso específico do Foursquare todo o conteúdo sobre o qual se apoia qualquer função é criado pelos usuários, que chegam a atuar como programadores, em certa medida, sob a forma de "superusuários" ou sugerindo edições. A situação é representativa de um quadro geral em que a criação de aplicativos, sites e jogos torna-se cada vez mais popular e acessível e a fronteira entre programadores e programados mostra sinais de que pode começar a esvanecer.

Enquanto isso não ocorre, o homem médio que lida com imagens técnicas exibidas no monitor ou em seu celular explora as possibilidades que elas apresentam. Se a relação com softwares é definida como jogo, e o homem de nosso tempo utiliza-os cotidianamente, esse exercício de descoberta tem como *play space* o escritório, a rua, ou o avião em que se realiza – e por isso o caso do Foursquare é tão representativo. A cada interação com um software,



engajamo-nos num jogo de experimentação e performance, circunscrito ao momento em que dedicamos nossa atenção a esse exercício.

No entanto, é preciso ter em mente que esse novo homem que Flusser descreve é apenas um esboço: a transformação do *Homo faber* em *Homo ludens* ainda estaria em processo. No estado atual das coisas, o que nos parece evidente, como já havíamos ressaltado e subscrevendo Huizinga (2007), é que não podemos considerar como jogo uma atividade que é desenvolvida de forma profissional – e que para tanto, exige conhecimento sobre a plataforma que a executa. Assim, certamente um jornalista que utiliza o editor de textos *Word* para redigir uma matéria não se vê brincando nem à procura de potências ainda não realizadas. No entanto, se ele sacar seu celular para uma partida de *Candy Crush*, fazer check-in no Foursquare ou ir até a janela da redação para observar o céu com o *Skymap*, a redação será o *play space* dessa experiência, enquanto ela durar.

O jornalista de nosso exemplo não se vê como jogador porque faz um uso instrumental do software. Nessa situação – e em todas aquelas em que um programa é utilizado de maneira “profissional” –, conforme Flusser (2002; 2007), o uso do software é o de reproduzir um modelo que existe em outro nível da escala de abstração: a notícia que o jornalista redige no *Word* poderia ser feita à mão, sobre uma folha de papel, ou ainda datilografada numa máquina de escrever. Assim, a via do programa é apenas uma das formas de se realizar essa tarefa, e o produto desse esforço não passa de uma reprodução nulodimensional do modelo em linhas (o texto na folha de papel, por exemplo); uma imagem técnica que se esforça para mimetizar um objeto.

A relação com um software (um inobjeto que produz/exibe imagens técnicas) é bastante diferente daquela que mantemos com um livro (um objeto que exhibe textos). No último caso, conhecemos e dominamos o código com que o objeto foi confeccionado e portanto, temos plenas condições de usá-lo – seja para o que for. No caso do software, no entanto, o usuário médio não tem qualquer domínio sobre os algoritmos e funções utilizadas na programação – elas são, inclusive, escondidas dele, reservadas a um plano que equivaleria ao *rule-based* de Nietzsche (2006). Como não conseguimos nos apropriar de um inobjeto para a realização de uma tarefa, ou para compreender sua natureza, tudo o que podemos fazer com ele é brincar; jogar com as possibilidades apresentadas por suas imagens técnicas – tal como um analfabeto orienta-se marginalmente pelas figuras de um livro que contém textos, a diferença aqui é que o desconhecimento do código não nos impede de lidar com softwares.

Portanto, o uso de qualquer software é eminentemente lúdico. Se nosso jornalista fosse convidado a fazer qualquer outra coisa no/com o *Word* que não se relacionasse com o próprio trabalho, e *decidisse engajar-se nessa atividade*, certamente iria *se divertir* explorando as possibilidades do programa – talvez até com temor de fazê-lo, consciente dos *riscos* que qualquer atividade de exploração envolve e tensionado pelas *regras* estabelecidas pela aplicação –, dedicando total atenção a *uma atividade que delimita espaço e tempos singulares para ocorrer*. Esse exemplo hipotético ganha mais substância se nos referirmos à prática comum referida por Levinson (2000; 2004) de que dispensamos manuais de uso para produtos que não conhecemos: aprendemos a lidar com os aparelhos “mexendo” neles.

Sob essa perspectiva, o uso instrumental de um software aproxima-se das práticas de “gamificação”: usando a estrutura de um jogo, pretende-se realizar um feito que está fora do alcance (em termos de significado, sentido e valor) do círculo mágico, processo que acaba por destruir a experiência lúdica. Com isso, não queremos dar um sentido negativo a práticas desse tipo<sup>58</sup>, mas apenas desvinculá-las da noção de jogo, visto que, por si mesmas, não são realizadas de forma voluntária, não produzem sentimento de tensão e alegria e não vêm acompanhadas de uma consciência de serem diferentes da vida cotidiana.

Assim, o homem de nosso tempo alterna experiências de jogo com atividades que pertencem à esfera do cotidiano a todo tempo. Essa perspectiva ajuda a ilustrar a convicção de Lefebvre (1991) e Augé (1994) de que o espaço não é "o que nos determina", mas "o que fazemos dele (e nele)". Sob essa ótica, as interações sociais que desenvolvemos têm grande peso na conformação deste ou daquele espaço. E são elas que pretendemos observar no tópico a seguir.

### **Sociabilidade: Troca de texto e imagem geolocalizados**

Se há espaço para algum sentido lúdico no check-in (além dos pontos, medalhas ou prefeituras que o usuário ganha com eles), talvez seja o de competir pela elevação do próprio status: A maior parte dos usuários não torna pública sua passagem por oficinas mecânicas,

---

58 Flusser (2002; 2007), por outro lado, e conforme já expomos no primeiro capítulo, vê problemas nesse tipo de apropriação. Para o filósofo, a criação de modelos ou simulações – e em última instância, o uso de programas para servir ao exercício profissional – cerceia a liberdade criativa e retira toda a potência poética e estética que estes novos meios carregam consigo.

bares baratos, bairros de conhecida situação social frágil ou lugares depredados. Com a ressalva para os casos já citados de busca por pontos – inclusive com uso de trapaça –, há alguns usuários que usam os check-ins como um memorial para suas viagens, ou simplesmente para documentar a rotina. Outros ainda usam-no como ferramenta para descoberta de novos lugares; para rastrear a posição e encontrar-se com amigos; para consultar informações diversas sobre lugares.

É importante salientar que essa pesquisa não tem como missão o rastreamento de hábitos de uso da rede Foursquare, mas os dados que acabamos de apontar são reportados em pesquisas empíricas realizadas por Glas (2013), Frith (2013; 2014), Fischer (2011), e Cramer et al (2011), bem como em relatórios oficiais publicados por Shaw (2011) e Shaw e Crobak (2012). Além disso, como usuário da rede, minha própria experiência permite-me reportar o que já acompanhei em minha timeline e as impressões sobre o funcionamento do software em geral. Dessa forma, nossa intenção com a referência aos usos que efetivamente se faz do aplicativo não é a de documentá-los ou debruçarmo-nos sobre eles, mas tão somente o de dar suporte a nossas enunciações, que investigam *as possibilidades de uso* da rede, as performances possíveis com o software, a fim de explorar nossa questão-problema.

Dentre as funções do aplicativo, a troca de textos e imagens dispersos nos comentários, check-ins e dicas é realizada de forma bastante semelhante ao Facebook, por exemplo. Há, ainda, a opção de "curtir" um lugar, uma dica e até mesmo um check-in. No entanto, qualquer texto ou imagem em redes sociais locativas tem um nível particular de profundidade; uma foto ou uma frase que acompanha um check-in está sempre vinculada a um lugar. Assim, as etiquetas espaciais que as linhas e superfícies carregam em redes como o Foursquare trazem *contexto* às informações em questão. A conversa exibida na FIGURA 15 não teria o mais raso sentido se fosse publicada no Facebook (sem o recurso de localização), por exemplo.



FIGURA 15 – Reprodução de conversa capturada em 1º de outubro de 2012.

Ao identificar as coordenadas de uma conversa, todo o texto – ou a troca de imagens, se houver – é colocado em perspectiva, e os sentidos que transmitem são alimentados pela concepção, percepção e vivência que o leitor tem daquele espaço. Assim, ao contrário do que afirma Frith (2013; 2014), toda a dinâmica da rede apoia-se em torno dos pontos no mapa (os lugares/venues), e não nas linhas que ligam esses pontos (trajetórias/caminhos percorridos) que, conforme Zheng (2011), parecem ter pouca importância dentro do universo de informações com que aplicativos como o Foursquare trabalham.

Cramer et al (2011) notam como as razões que motivam o uso da rede variam muito, fugindo dos padrões de aplicativos maiores, como o Facebook ou o Twitter. Os motivos vão desde a busca por superar os amigos numa competição até fins mais utilitários, como o de evitar uma ligação para dizer onde se está. Isso parece dever-se à gama variada de funções que a rede oferece, que obriga o usuário a delegar uma única tarefa – ou um conjunto delas – ao aplicativo. O dado foi mencionado<sup>59</sup> como uma das motivações da equipe do Foursquare

<sup>59</sup> O post está disponível em <http://blog.foursquare.com/post/85232472353/mayorships-and-more-how-swarm-is-going-to-make-your>. Acesso em 03 de junho de 2014.

para separar o aplicativo em dois programas diferentes. Frith (2014) chega a argumentar que isso dificulta ou reprime o uso da rede porque "as pessoas não podem ter certeza sobre porque os outros estão compartilhando informações sobre sua localização" (FRITH, 2014, p. 2, tradução nossa).

Fischer (2011) afirma que a rede proporciona o resgate das relações em pequena escala. Mais do que isso, o aplicativo parece estimular uma ordem de sociabilidade gregária, numa espécie de retorno à ordem tribal que antecedeu o advento da prensa de Guttenberg, segundo a análise de McLuhan. Silva e Frith (2010) afirmam que redes sociais móveis locais criam oportunidades de encontro que de outra forma, só ocorreriam ao acaso. A possibilidade de se estar num lugar e conseguir ver no mapa do Foursquare um amigo que visita a mesma locação não só abre precedentes para encontros, mas também inova a forma de evitá-los. Nesse sentido, o aplicativo funciona como um radar social, rastreando os nós das redes de relações que sustentamos.

Se essa observação parece atribuir um aspecto positivo ao serviço, por outro lado, o sistema elimina a possibilidade de encontros casuais; a surpresa de encontrar um conhecido em determinado lugar só existe se ele(a) não estiver em nossa rede de contatos cadastrados no Foursquare. Sob esse ângulo, encontros, conversas e todo tipo de atividade social de um usuário podem ser planejados e antecipados, diante da revelação da posição de seus amigos no aplicativo<sup>60</sup>. Ainda assim, esse quadro só tem qualquer sentido se considerarmos que cada usuário reporte continuamente seus passos no serviço – o que, novamente, conduz-nos à grande variedade de usos que se faz do aplicativo. Entre os perfis de usuários, consta aquele do sujeito que sequer realiza check-ins, mas utiliza a rede apenas para consultar dicas e recomendações sobre pontos específicos da cidade.

A formação de grupos que se encontravam com frequência por meio da rede foi bastante popular em seus primeiros anos. A ideia atingiu o ápice da popularidade em 2010, com a criação do *Foursquare Day (4sqDay)*<sup>61</sup>. Criado por usuários da cidade de Tampa,

---

60 Brown *et al* (2007) oferecem uma interessante análise sobre a introdução de dispositivos com funções locais na vida familiar, particularmente sobre o *Whereabouts Clock*. O aparelho informa a posição atual de cada membro da família em cinco locações preestabelecidas ("Casa", "Trabalho", "Escola" ou "Fora"). A pesquisa aponta, dentre outros achados, que o compartilhamento passivo da localização de cada membro da família contribui para a identidade da mesma, e que a interação baseada na localização representa uma parte emocional e até moral da vida familiar.

61 Os responsáveis pela ideia criaram e mantêm um site sobre o 4sq Day, disponível em <http://4sqday.com/>. Acesso em 1º de junho de 2014.

Flórida, nos Estados Unidos<sup>62</sup>, a iniciativa chegou a ser apoiada pelo próprio Foursquare com a criação de *badges* (medalhas) específicas para a ocasião. O *Kekanto*, aplicativo bastante similar ao Foursquare desenvolvido no Brasil, também faz uso da mesma mecânica, promovendo encontros periódicos (mas num intervalo menor de tempo) entre seus usuários. Outros exemplos incluem os aplicativos *Loopt*, *Brightkite* e *Whrrl*, onde também era possível planejar encontros entre os usuários.

Aqui, cabe notarmos a ênfase na ideia de mobilidade. Embora seja possível marcar encontros usando o aplicativo com um computador preso à tomada, ainda é preciso deslocar-se até o ponto de encontro. Mais do que isso: encontrar-se com amigos que estão por perto *enquanto nos movemos* só é possível por meio de dispositivos móveis.

Poderíamos dizer que nesses encontros orientados pela rede, há uma passagem da comunicação em nível nulodimensional (mediada por imagens técnicas) para uma de nível tridimensional (mediada pelos sentidos). Dessa forma, o aplicativo parece confirmar o prospecto de Flusser (2002; 2007; 2008) quanto à falácia da substituição de uma dimensão pela outra. A prática dá razão, ainda, ao argumento de Murray (1997) de que toda nova tecnologia que parece abalar nosso senso da realidade gera grandes impactos e temores – expressos, nesse caso, quanto à preocupação com a privacidade, por exemplo. Nesse sentido, McLuhan (1990; 2007) também parece acertar quanto à transformação de um contexto pelo advento de uma nova tecnologia – que não costuma substituir a anterior, lembra o canadense.

Assim, é possível haver estímulo à sociabilidade por meio do aplicativo. Por outro lado, a natureza das postagens no Foursquare dita a predominância dos discursos sobre os diálogos, uma vez que as dicas e o check-in, a principal função do aplicativo, têm a forma de um anúncio. A opção de comentar ou curtir cada ação, no entanto, revisa essa posição. Sob outro ângulo, ainda poderíamos afirmar que a tônica do "compartilhar" – ação espraiada em todos os grandes aplicativos sociais de nossos dias – segue a direção da concepção do "tornar comum" de Carey (2009). Em redes sociais locais como o Foursquare, usuários compartilham mais do que sua localização: as dimensões concebida, percebida e vivida do espaço, para usar os termos de Lefebvre (1991), são dispostas na *timeline* de cada usuário sob a forma de imagens técnicas da nulodimensão (Ver FLUSSER, 2002; 2007; 2008).

---

62 <http://blog.foursquare.com/post/523695214/a-few-weeks-back-a-bunch-of-crazy-kids-down-in>

## Dicas com Geofencing

Dicas são a única função com relativa independência do check-in. É possível, por exemplo, deixar uma dica num lugar sem nunca ter realizado check-in no local. A funcionalidade aproxima o Foursquare dos aplicativos de anotações urbanas, que estiveram entre os primeiros programas locativos a aparecer (Cf. LEMOS, 2009; TUTERS, 2012; ZEFFIRO, 2012). Com o surgimento de outros tantos gêneros de aplicações baseadas em geolocalização, boa parte dos estudos sobre *geotags* já mostram sua idade e o interesse pelos apps do momento diminui o número de pesquisas direcionadas a essa função tão rica.

Em versões mais recentes do aplicativo, as dicas passaram a ser atualizadas de forma automática, por técnicas de *geofencing*: os sistemas de reconhecimento da posição do usuário fornecem dicas de acordo com a localização atual, em tempo real – o que elimina a necessidade de se fazer check-in<sup>63</sup>. Dessa forma, embora a função de check-in permaneça ativa, não é necessária utilizá-la para obter dicas sobre locais próximos ao ponto em que o usuário está (Ver FIGURA 16).

---

<sup>63</sup> Em entrevista à Wired, disponível em <http://www.wired.co.uk/news/archive/2013-12/10/foursquare-hack>, parte da equipe do Foursquare concede detalhes do aperfeiçoamento dos mecanismos locativos do aplicativo. Acesso em 18 de dezembro de 2013.



FIGURA 16 – Em destaque, no topo da figura, dica exibida pela captura da posição do usuário. Logo abaixo, outras sugestões estão disponíveis em "O melhor da vizinhança".

A equipe técnica do Foursquare, conforme Shaw (2011), realiza pesquisas contínuas para aprimorar sistemas de *machine-learning* e assim, automatizar alguns processos e até mesmo avaliar o que é possível prever sobre o comportamento dos usuários. A técnica de *geofencing* diminui o número de *inputs* necessários para receber qualquer *output*, e a sensação realmente é a de ter "superpoderes" que nos dão sentidos aumentados, capazes de captar



informações diversas sobre o lugar em que estamos naquele momento.

Dessa forma, o acesso a dicas com *geofencing* simplesmente não é possível pelo computador. No plano nulodimensional, as dicas somam-se aos check-ins, prefeituras, curtidas, notas e todas as outras informações que os usuários enviam para dar contorno às venues. Dessa forma, as venues registradas no Foursquare, tal qual os lugares "reais" a que equivalem, não são descritas apenas por coordenadas ou descrições físicas, mas todo o conjunto de práticas, vivências e concepções que as atravessam.

A rede parece ser uma plataforma que atende aos clamores da área de GIS<sup>64</sup>, ao superar o monólogo típico das plataformas móveis de orientação espacial (WINTER, 2004), permitindo uma navegação guiada pelo diálogo. Por meio das dicas do Foursquare, a orientação espacial é realizada não por meio de indicações de direção e sentido, mas pelo compartilhamento de relatos, práticas, vivências, percepções que conformam aquele espaço (Ver FIGURA 17).

---

64 Sigla para *Geographic Information Systems*. São sistemas desenvolvidos para capturar, armazenar, analisar e apresentar dados geográficos em aplicações com diversos propósitos – como o sistema de um aparelho de GPS veicular para navegação nas vias urbanas.

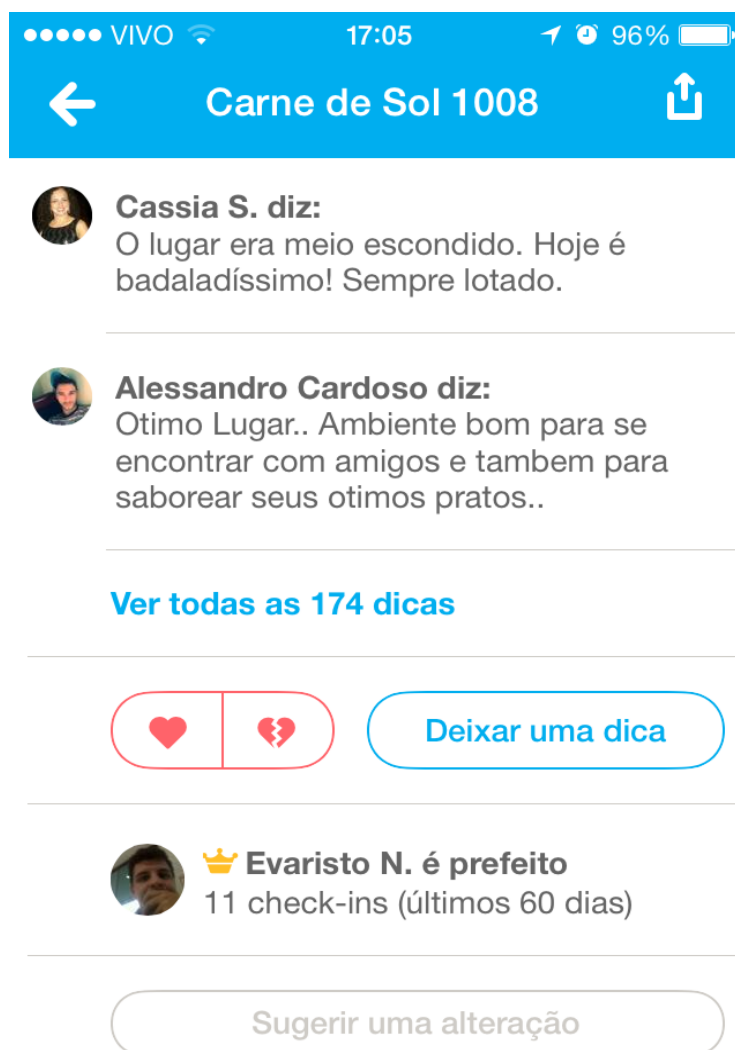


FIGURA 17 – Dicas revelam impressões e experiências vinculadas a uma venue

Desse modo, fica evidente outra distinção dos sistemas de GPS veiculares: no Foursquare, a variedade e a quantidade de orientações espaciais (no caso, as dicas) estão vinculadas às múltiplas fontes de onde vêm – os mais de 50 milhões de usuários do aplicativo. Por outro lado, a enorme variedade de aplicações (*apps*) não se limita ao domínio de softwares de uso massivo; enquanto apps como o Waze e Colab, à semelhança do Foursquare, geram informações a partir dos dados fornecidos pelo coletivo dos usuários, aplicativos como o *Couple65* são concebidos para uso apenas entre duas pessoas.

65 Criado com a API do Foursquare, o Couple serve para o registro das experiências de um casal: o conteúdo é compartilhado apenas entre duas pessoas. O aplicativo intitula-se algo como “Um lugar íntimo para dois”, e promete manter “seus momentos privados e fazer suas memórias durarem para sempre”, além de usar funções de geolocalização durante o processo. Disponível em <https://couple.me/>. Acesso em 02 de abril de 2014.

Com o passar dos anos (e com o crescimento dos dados reunidos pelo Foursquare), as dicas passaram a ser o conteúdo mais acessado pelos usuários, em detrimento, por exemplo, do check-in e da busca por pontos e/ou badges. As atualizações na timeline exibiam cada vez menos check-ins e conquistas de badges em oposição a um número crescente de dicas. O grande número de dicas, aliado à implementação de uma opção que permite "curtir" lugares, permitiu a criação de sistemas de ranqueamento dos lugares e a exibição das impressões mais frequentes sobre determinada locação (Ver FIGURA 4). Assim, torna-se possível a atribuição de notas aos lugares, computadas de acordo com as impressões dos usuários – materializadas no número de "curtidas"/"não-curtidas" e nas dicas positivas/negativas que uma venue recebe.

Essas informações, que pulam em nossos bolsos de maneira autômata, são sensíveis à localização não do usuário, mas do celular que ele carrega consigo. Os aparelhos tornaram-se pessoais num nível em que a metáfora de McLuhan sobre meios como extensões do homem já não parece absurda ou mero capricho literário. Carregamos nossos dispositivos portáteis, conforme adiantou Flusser (2007), a literalmente toda parte – e com eles, transportamos nossos mapas mentais da realidade na forma de aplicativos como o Foursquare. De maneira recíproca, o usuário altera esses ambientes – e por consequência, os mapas de seus amigos – simplesmente ao passar por eles, deixando rastros de suas experiências em cada venue/lugar.

O escaneamento do entorno chega a escavar o passado das locações, resgatando a dimensão histórica dos lugares que se visita. Essa alimentação é feita não só pelas informações enviadas pelos usuários, que relatam experiências positivas/negativas nesses locais, mas também pelos "donos" de algumas das venues. Como inscrições seculares rabiscadas em um muro medieval, essas dicas são vinculadas à venue (a representação nulodimensional do lugar) e ao próprio lugar que ela representa, uma vez que são exibidas pelo aplicativo quando seus sistemas reconhecem a posição do usuário no local. A vinculação de informações a que não se teria acesso de outra forma, "desbloqueadas" ao abrir o aplicativo, também proporciona a exploração das memórias que modelam aquele espaço.

A página do History Channel no Foursquare<sup>66</sup> exibe dicas que chamam a atenção para acontecimentos com registro pela historiografia: fatos oficiais, feitos notáveis, marcos temporais e datas fatídicas são resgatados quando o usuário chega a um dos locais registrados pela página. Por essa razão, as dicas oferecidas pela página parecem ir contra o tom daquelas postadas pelos usuários – enquanto as primeiras são resgates de fatos e pessoas catalogadas

---

66 Disponível em <https://pt.foursquare.com/historychannel>. Acesso em 29 de abril de 2014.

nas páginas dos livros, as últimas são registros legítimos de experiências e impressões vividos naquele local. Assim, as etiquetas de significado atribuídas aos lugares (representados pelas venues) pelos usuários são *registros do cotidiano*, na linha do que Le Goff (1986) e Certeau (1998) veem como a face popular, anônima, e frequentemente negligenciada dos acontecimentos que compõem a história de um lugar.

Apesar de a rede possuir uma página dedicada a comerciantes e empresas<sup>67</sup>, que podem reclamar propriedade sobre suas respectivas venues, essas empresas não podem editar dicas ou o que se diz sobre elas nos check-ins. O fato contribui para a imagem fiel que o Foursquare pretende traçar das imediações: a propriedade de um supermercado (ou do terreno que o encerra) na "vida real", por si só, não permite que o dono controle a formação dos espaços vivido, percebido e concebido por todos os seus clientes (Ver FIGURA 18).

---

<sup>67</sup> Disponível em <http://pt.business.foursquare.com/>. Acesso em 12 de maio de 2012.



FIGURA 18 – Dicas com impressões positivas e negativas são exibidas, com a opção de "curtir" (ícone de coração) as mesmas ou salvá-las para serem exibidas quando da visita desse local.

Na perspectiva do usuário, isso parece constituir um estímulo à exploração das locações catalogadas no serviço, uma vez que as opiniões sobre elas não parecem enviesadas – ou em outros termos, o espaço social exibido não é moldado sob orientação dos proprietários do espaço físico que o encerra.

Sobre a exploração do que está ao redor – embutida no propósito do serviço, conforme Marwick (2009) e Shaw (2011) –, Silva e Hjorth (2009) e Luke (2006) oferecem um interessante paralelo entre o uso do softwares móveis e o caminhar do flâneur do século XIX. Com o uso do celular, o "phoneur" de Luke (2006) constitui uma atualização da ideia de se explorar a cidade livremente, ao sabor do acaso e com o deleite da visão como objetivo – em

nossos dias, a ênfase das mídias locativas é na sensibilidade ao contexto, ampliando os sentidos do usuário com acesso às relações, identidades e memórias que compõem o espaço da urbe. Mais uma vez, o uso desse tipo de software em computadores *desktop* (presos a cabos de rede elétrica) mostra-se inócuo: além de não conseguir se deslocar, o usuário sentado em frente à máquina ainda não experimenta a sensação de agenciamento quando realiza um check-in ou muda de posição e recebe dicas de locais próximos.

Frequentemente dizemos "vou entrar no Facebook". Na rede de Zuckerberg, a interação com os "amigos" circunscrita às mensagens, curtidas e comentários faz-nos perceber o Facebook como um *ambiente* no qual penetramos ao fornecer e-mail e senha e clicar em "entrar". Essa sensação não parece caber no Fourquare. O aplicativo – onde também é possível curtir ou comentar publicações – roda em segundo plano no celular do usuário, rastreando o ambiente com o uso de sistemas diversos sem que o usuário precise realizar qualquer ação. Portanto, a única ação que determina quais dicas com *geofencing* serão exibidas é realizada fora do aplicativo, sem nem mesmo tocar no celular ligado e guardado no bolso – a ação de *mover-se* pelo espaço físico.

O mapa de referências e índices de significado que se obtém, portanto, é produzido pelo movimento do usuário. E é essa observação que parece embasar análises que insistem em ideias como o "borramento das fronteiras entre real e virtual" (Ver GLAS, 2013; FRITH, 2013; 2014; FISCHER, 2011), perspectiva que baseia-se tão somente na disposição de informações em níveis de abstração distintos, conforme nossa exposição até aqui. Mais importante do que isso parece ser a imagem que se obtém de um aplicativo que – no caso das dicas com *geofencing* – tem como único *input* o movimento e a revelação das coordenadas do usuário para oferecer dados diversos das cercanias.

Ao vincular-se ao movimento do usuário para operar, o software cria imagens das redes e fluxos que compõem o cenário do cotidiano, o que evoca a interpretação de Flusser (2002; 2005; 2007) do espaço como uma rede relacional – que dá forma e é formada por conjuntos de identidades e memórias. A brevidade com que esse esboço é alterado/atualizado – com a adição de novas dicas ou a inclusão de novas venues num mesmo raio de espaço físico, por exemplo – também é reprodução acertada dos espaços da realidade, que se dissolve e se (re)constrói a todo momento por meio das trocas comunicacionais que acrescentam/alteram a imagem que temos dela em nossos mapas mentais.

### **Aplicativos vinculados e lugares desconectados**

Os dados gerados e recolhidos pelo Foursquare são disponibilizados para uso em outras aplicações, conforme os termos de uso e cessão da *Application Programming Interface* (API) e da base de dados da rede<sup>68</sup>. O uso do banco de dados de *venues* (lugares) é gratuito, desde que devidamente creditado. *Instagram*, *Whatsapp*, *Path*, *Pinterest*, *WeChat*, *Waze*<sup>69</sup> e alguns serviços da Microsoft usam essa base de dados para gerar informações atreladas à posição do usuário no espaço físico. Outros aplicativos – sobretudo aqueles desenvolvidos com a API do Foursquare, de código aberto – são ativados quando determinadas ações são realizadas no Foursquare (Ver FIGURA 19 "Análise de check-in 01-10-12).

---

68 O time do Foursquare disponibiliza um guia de uso da API e de seus dados gerais em <https://developer.foursquare.com/start>. Acesso em 17 de outubro de 2013.

69 Para essas e outras informações, acesse <https://developer.foursquare.com/showcase/> (Último acesso em 04 de junho de 2014).

foursquare  Atividade Explorar Listas Raniê

**Raniê Solarevisky** fez check-in em **Biblioteca Central Prof. Alpeu da Veiga Jardim (BC)**

3 minutos atrás via foursquare Mobile Web

**Pontos** deste check-in: 3

- Conquer those stacks! +1
- Deu de cara com o bibliotecário? Nós também. 4 semanas seguidos na biblioteca. +2

**GroupMe** Share this place with one of your groups. [Ver mais](#)  
3 minutos atrás

**Sonar** Pedro Henrique Paniago, José Guilherme Abrão Firmino, Lorena Lara are nearby. Check out who else is nearby on Sonar! [Ver mais](#)  
3 minutos atrás

Olá **Raniê**, deixe um comentário:  
  
**ADICIONAR COMENTÁRIO**

**Biblioteca Central Prof. Alpeu da Veiga Jardim (BC)**  
Goiânia, GO

Já esteve aqui  Save

TOTAL PESSOAS	TOTAL CHECK-INS	AQUI NO MOMENTO
134	523	0

**Compartilhe seu check-in**

- Compartilhar por Email
- Compartilhar via Facebook
- Compartilhar via Twitter
- Link para este check-in

foursquare © 2012 Feita com amor em NYC e SF

FIGURA 19 – No centro da imagem, os aplicativos Sonar e GroupMe exibem opções de interação após um check-in.

Há aplicativos vinculados com funções diversas: o *AfterCredits* avisa quando há cenas pós-créditos no filme a que estamos assistindo no cinema; o *Sonar* avisa quando determinados amigos estão perto do local onde se acaba de fazer check-in; o *GroupMe* permite adicionar amigos próximos à sua localização a grupos de chat; e o *#mom* manda uma mensagens SMS para o celular da mãe do usuário toda vez que ele realiza um check-in. Aplicativos direcionados à saúde e ao bem-estar, como o *RunKeeper*, garantem até mesmo a obtenção de badges sem fazer um único check-in.

Alguns aplicativos tiveram suas funções absorvidas por equivalentes implementadas em versões mais novas do Foursquare (como a função do *Sonar*), enquanto outros desenvolveram usos distintos ou cresceram para oferecer serviços próprios (como o *GroupMe*). Com a oferta de outras tantas informações baseadas no uso que se faz do



Foursquare, os aplicativos vinculados ampliam a gama de performances possíveis com cada uma das funções que apresentamos – um único check-in pode desencadear várias ações (*outputs*) em aplicativos diferentes (ver FIGURA 19).

A vinculação de outros aplicativos ao Foursquare – e operações análogas em outros softwares locativos – cria um estado de conexão permanente e multidirecional, em que redes de relações distintas coexistem e compartilham dados, "tal como na realidade". Conforme declarações de David Crowley (2013)<sup>70</sup>, minha rede de amigos no Facebook é diferente daquela cadastrada no Foursquare, já que todos os que compõem a segunda teriam acesso à minha localização, por exemplo. Assim, a conexão dos aplicativos vinculados e a possibilidade de importar contatos de um aplicativo para outro gera novas redes de relação e, por consequência, novas percepções e vivências que moldam o espaço.

As funções ativadas por aplicativos vinculados chamam a atenção para a automação do uso de uma quantidade massiva de dados. Embora isso possa oferecer mais conforto ao usuário, que não precisa mudar de aplicativos a todo tempo para realizar essa ou aquela ação, as funções que são realizadas de forma automática são limitadas aos dados que estão disponíveis para o aplicativo vinculado, e não passam pelo crivo da subjetividade, conforme notam Mamil et al (2012) e Chesher (2012). Shaw (2011) e Shaw e Crobak (2012) reportam tentativas das equipes de engenharia do Foursquare de tornar processos automáticos o mais naturais quanto possível. Embora a automação seja necessária em algum nível para prover a sensação de agenciamento descrita por Murray (1997), excessos podem prejudicar a porção do aplicativo dedicada ao jogo, por exemplo, uma vez que os jogadores precisam sentir o impacto de suas ações.

O sistema de rastreamento da posição do usuário desenvolvido e utilizado pelo Foursquare, o *Pilgrim*<sup>71</sup>, tenta determinar o local atual por várias vias: sinais de GPS, triangulação de antenas de telefonia, sinais de wi-fi e outras. O uso do computador, preso à tomada do seu quarto ou escritório, torna o aproveitamento desses recursos impossível não só porque boa parte dos aplicativos vinculados não tem uma versão web, mas sobretudo porque as informações que fornecem só têm sentido, como vimos, quando processadas e recebidas *in loco*. Essa observação, no entanto, não parece ter passado diante dos olhos dos programadores

---

70 Disponível em <http://www.wired.co.uk/news/archive/2013-12/10/foursquare-hack>. Acesso em 31 de janeiro de 2014.

71 Uma breve menção ao sistema – e algumas de suas capacidades – pode ser encontrada na reportagem que anunciou o advento do Swarm, disponível aqui: <http://www.theverge.com/2014/5/1/5666062/foursquare-swarm-new-app>. Acesso em 21 de maio de 2014.

em algumas ocasiões.

Posts no blog oficial da rede chamam a atenção para feriados ou frivolidades como o "Dia Nacional da Manteiga de Amendoim" (nos Estados Unidos)<sup>72</sup> ou o Halloween. Ações desse tipo, além de apelo lúdico ao público, constituem uma demonstração de que apesar de a rede ser baseada em locais e ter a pretensão de operar em nível mundial, seus criadores ainda reforçam/atrelam seu uso a um lugar – relacional, identitário e histórico – específico: no caso, os Estados Unidos da América. Há, portanto, duas deduções possíveis (que não se excluem): a de uma possível confusão e/ou indecisão quanto ao modo de publicizar o uso da rede; ou mais uma evidência de que redes sociais locais costumam funcionar melhor quando seu local de abrangência é mais reduzido. Um bom exemplo dessa última possibilidade é a base fiel de usuários do *Kekanto*, no Brasil.

Ainda assim, o espelhamento dos mapas mentais de usuários brasileiros do Foursquare, por exemplo – a precisão das categorias, o registro de venues/lugares que fazem parte de nossas redes de relação – parece funcionar. Isso se deve ao fato de que a alimentação dos dados sobre os locais do entorno (venues, dicas, etc.) é realizada pelos próprios usuários nativos, com a curadoria dos superusuários locais. Assim, como já assinalamos, o mapa das cercanias oferecido pelo Foursquare é desenhado e continuamente atualizado pelos usuários do serviço.

Mesmo com o advento do Swarm, essa característica ainda não parece ter sido apagada. Ainda assim, o futuro dos aplicativos vinculados que mantêm-se dependentes do Foursquare é incerto. O desmembramento das funções do antigo Foursquare já parecia sinalizado na criação de aplicativos que fazem uso específico da API ou dos dados gerados pela rede. Por fim, o Foursquare passou a concentrar as funções de dicas com geofencing e a categorização, avaliação e mapeamento de venues; ao passo que o Swarm acumulou as funções mais sociais da rede, como o check-in e a troca de fotos e texto com *geotags*. As badges e todo o sistema de pontos ainda existem, mas não parecem estar ativos – situação que vitimou os aplicativos vinculados também.

A orientação de apps criados para cumprir funções cada vez mais específicas segue como tendência<sup>73</sup>. Para Lasica (2013), o futuro aponta para o surgimento de mais aplicativos

---

72 Disponível em <http://blog.foursquare.com/post/81492400674/its-national-peanut-butter-and-jelly-day-celebrate>. Acesso em 30 de maio de 2014

73 Facebook, Dropbox, Foursquare e Evernote já criaram apps secundários que se concentram numa única função do aplicativo de origem: <http://www.wired.com/2014/05/evernote-unbundle>

com usos cada vez mais específicos, focados em uma única funcionalidade e portanto, que consigam preencher as necessidades de um único nicho social.

Apesar de a função de geolocalização ter sido adicionada a uma série de aplicativos que já existiam (Facebook, Pinterest), e motivar o surgimento de tantos outros (Instagram, Waze, Cloak), ela tem sido relegada a segundo plano. Apesar de fundamental para o funcionamento dos apps em questão, torna-se cada vez mais invisível para o usuário, sobretudo com a automação do compartilhamento da localização. Mas talvez seja justamente essa a imagem ideal do *contexto*: temos consciência dele, mas nos concentramos no *texto*. Se essa imagem fizer sentido, a extensão de nossa consciência aludida por McLuhan (1990; 2007) já parece palpável sob a forma de aplicativos sensíveis ao contexto, como o Foursquare.

A função de rastreamento passivo do Swarm combinada a novas restrições de edição impostas aos superusuários, parece ter transformado a rica paisagem colaborativa desenhada pelo aplicativo num mapa cinza e menos pessoal, não fossem as venues ainda criadas pelos usuários. Nesse sentido, a automação de muitas das atividades que eram realizadas de forma manual estimula a impressão de que não é o usuário quem decide de que forma e onde quer compartilhar sua posição, mas o sistema do aplicativo que, rastreando os passos do primeiro, elega essa ou aquela opção pré-definida como a mais adequada.

Não se quer dizer com isso que a autonomia do usuário para operar o software tem sido suplantada, mas apenas que a automação de algumas das ações realizadas elimina espaços de *input* do usuário. Como já apontamos, o agenciamento diminui, e funções que dependem dele para existir perdem espaço, como o jogo que existia no Foursquare. Com as informações disponibilizadas pelo Foursquare até o momento, nosso (baixo) nível de experimentação com o Swarm e uma nova versão do Foursquare projetada no horizonte, não temos condições de traçar um quadro futuro para o desenvolvimento dos *apps* irmãos.

No entanto, o que temos em vista em nossa exposição até aqui permite-nos fazer algumas afirmações ou esboços. A criação de aplicativos que concentram-se na execução de apenas uma função – ou um grupo de funções afins – parece firmar-se como tendência, apesar de exemplos em contrário, como a resistência do Foursquare ou o domínio do *WeChat* sobre o *Whatsapp* em mercados do Oriente testarem essa afirmação. Por outro lado, a integração de bases de dados diferentes, frente à multiplicação de diferentes tipos de aplicações e serviços, também parece cada vez mais provável, se não necessária.

Essas operações já parecem entregues aos desenvolvimentos das pesquisas com *big*

*data* e os objetos inteligentes da "internet das coisas". Sob esse caminho, especificamente para nossa relação com o espaço, impressões, vivências e concepções (nossas e de nossos amigos) que moldam um lugar e que carregamos conosco interagem com uma variedade de dados reunidos pelos objetos à nossa volta, criando um único grande índice de informações personalizado sobre a realidade. Um mapa mental universal compartilhado já não tem tantos traços de ficção num presente como esse, em que geladeiras avisam-nos para comprar o leite que acabou antes de chegarmos em casa<sup>74</sup>.

---

<sup>74</sup> Informações sobre um modelo da LG com essa capacidade podem ser encontradas aqui: <http://www.smh.com.au/digital-life/hometech/lg-smart-fridge-tells-you-what-to-buy-cook-and-eat-20120109-1ps9z.html>. Acesso em 24 de setembro de 2013.

## ***Conclusões***

Com o perdão do clichê, é preciso reforçar que as linhas que seguem não são "conclusões" absolutas sobre o que conseguimos expor nas anteriores, mas considerações finais sobre nossas reflexões. Cabe reiterar ainda que, conforme já mencionamos em outras passagens deste texto, nossa intenção não é a de tecer uma análise profunda da relação entre comunicação e espaço, mas tão somente a de *identificar a natureza dessa relação* num contexto de aplicativos de dispositivos móveis baseados em geolocalização. Por último, é importante dizer que consideramos muito mais enriquecedor encontrar diversas interrogações ao invés de uma única conclusão ao final de uma pesquisa.

Nossa exposição confirma com um exemplo vivo de nosso tempo o que já parecia delineado pelos diversos autores que reunimos aqui: Comunicação e Espaço são conceitos cujas práticas associadas são absolutamente imbricadas umas nas outras. A constatação não parece vinculada apenas aos anos recentes que compõem a contemporaneidade, mas estendida a toda a história do homem. Em termos de Flusser: cobrindo a realidade com o véu da comunicação, o ser humano passou a imprimir significado em suas ações mediando a relação com o espaço em diferentes níveis de abstração. Assim, para subscrever Lefebvre, a composição do espaço pelo homem jamais foi eminentemente física, mas um produto dos diferentes conceitos, percepções e experiências vividas num suporte concreto provido pela natureza e alterado pela técnica.

Também não é nova a ideia de que nossa orientação por essa realidade que só conhecemos por meio de índices de significado atribuídos a ela seja realizada por meio de mapas mentais: informações compartilhadas conosco que são reunidas numa única imagem, de modo a guiar nossas ações. Aliás, como nos lembra James Carey, o compartilhar, o exercício de tornar algo comum, são verbos que definem a ação de comunicar-se. O espaço é, portanto, esculpido pela vento da comunicação – que por seu turno, tem os sedimentos que carrega definidos pelo espaço.

Mídias locativas e outras tecnologias baseadas em geolocalização, no entanto,

conferem novas maneiras de se realizar o mapeamento da realidade e, ao mesmo tempo, ampliam nossa percepção dela, ao adicionar mais pontos de referência em nossos mapas mentais de significado. Mais do que isso: tipos específicos de mídias locativas que se organizam sob a forma de rede reproduzem as redes e os fluxos de relações que mantemos com as pessoas com quem temos contato, criando interseções entre grupos outrora separados, provocando encontros, adicionando contexto às conversas, compartilhando impressões e vivências, alterando espaços de convivência e registrando a criação de novos lugares.

Por essa razão, o tema que investigamos aqui parece-nos tão importante: para além das sebosas discussões sobre autonomia e influência de opiniões pelos meios massivos, próprias a um século que já terminou, as mídias locativas e as tecnologias sensíveis ao contexto, de forma geral, parecem resgatar a relação entre espaço e comunicação e, com ela, a figura do outro – e é essa interação/compartilhamento/jogo que parece constituir a essência do que chamamos "Comunicação".

E o exemplo do Foursquare é imagem viva de nossas conclusões. Os mapas sociais gerados pela rede são materializações nulodimensionais do que Carey propõe sobre a comunicação e sua relação com o espaço, enquanto a parte mais "social" da rede (que foi alocada para o Swarm) demonstra a verdadeira natureza de qualquer espaço/lugar: um emaranhado de relações, percepções, vivências e conceitos que atravessam coordenadas geográficas, mas não são limitadas por elas.

Quanto ao lugar da noção de jogo no caso específico do Foursquare, a questão merece uma resposta em dois níveis. Primeiro, por reunir uma gama de funções diversas (ao menos até a separação em dois softwares), o Foursquare *pode ser usado como um jogo* – o usuário que escolhe buscar badges, pontos e prefeituras e competir com os amigos por tudo isso age num tempo-espaço lúdico. Num nível mais fundamental, no entanto, o fato de se tratar de um software já nos permite classifica-lo como um jogo. Essa segunda constatação, portanto, *pode ser estendida a qualquer tipo de programa* – independente da função que se executa com ele. Isso não implica em dizer – conforme já aludimos – que qualquer uso de um software configura uma atividade lúdica, a exemplo do uso profissional/técnico de um programa de computador.

McLuhan postula que todo avanço tecnológico é capaz de criar, por si só, um novo contexto social. Se ainda não temos condições de traçar um retrato completo da ambiência que aplicativos como o Foursquare fazem surgir, um esboço sugere-nos um quadro em que

portais para realidades alternativas – notadamente para múltiplos universos de jogo – estão sempre abertos. Os objetos transicionais que conhecemos como "celulares/smartphones" já não ficam em nossos bolsos: transformaram-se em extensões de nossas mãos, olhos e ouvidos, e rodam aplicativos que nos colocam em busca de artefatos cujo valor só existe num universo fugidio.

Assim, conforme Flusser, o homem de nosso tempo, que lida com softwares a todo momento, é um jogador. Se um jogo só toma forma sob condições muito específicas, delimitando um tempo-espaco particular para acontecer, uma constatação possível é a de que o homem de nosso tempo consegue imergir e deixar esse universo fugidio múltiplas vezes e a todo momento, alternando trabalho e diversão, por exemplo, com grande facilidade, de acordo com nossa exposição baseada em Huizinga. No entanto, somos obrigados a admitir que, se algum equívoco aflige nossa argumentação, talvez os jogos possam ter assumido nova forma; ou as tecnologias locativas proporcionem alguma nova forma de jogo "casual" – termo em alta nos círculos de discussão sobre videogames que necessita estudo e aprofundamento – que fuja aos padrões tradicionais.

Reflexões que advêm de nossa exposição, no entanto, devem ser estendidas em trabalhos ou pesquisas futuras, uma vez que merecem a devida investigação. O temor inicial e o alarmismo característicos do advento de novas tecnologias, talvez possam ser retomados de maneira mais madura, em tempos de *Wikileaks* e relatórios confidenciais explodindo em repositórios públicos que expõem os usos que grandes empresas de tecnologias fazem de dados privados. Ainda assim, mais do que preocupações concernentes à vigilância ou à privacidade dos usuários, tecnologias sensíveis ao contexto parecem evocar discussões mais profundas sobre a situação da memória.

Ao mover o mapeamento da realidade do cérebro humano para uma base de dados em forma de bits, podemos estar entregando aos desenvolvimentos do *machine learning* as referências que guiam nosso deslocamento ou, num nível mais alarmista, nossa compreensão da realidade, distribuída em camadas de complexidade e abstração. Quadros de nível apocalíptico – mas não inteiramente de ficção – questionam se isso poderia criar nos usuários algum tipo de dependência dessa base de dados no futuro, já que não seria necessário o esforço de lembrar-se de alguma coisa a que se tem acesso com apenas um toque.

Por outro lado, nossa distopia perde sentido se considerarmos que trata-se tão somente do aumento do nível de abstração dessas memórias – ou da tradução das mesmas em *bits*. A

questão adquire mais níveis de complexidade se observamos o gerenciamento da memória no universo dos videogames tradicionais, onde é possível pausar uma partida, salvar o progresso ou resetar para retornar a este ou aquele ponto. Poderíamos procurar relações, ainda, na concepção de memória ou arquivo na literatura especializada da área de tecnologia da informação, cujas noções guiam a construção de imensas bases de dados que são armazenadas em nuvem. Seja como for, o assunto também merece pesquisa aplicada para mais desenvolvimento e investigação apurada.

Em outra ponta do processo, a interpretação da realidade pela mente humana parece estar no centro das discussões aqui, e tudo parece ligado ao ato de "imaginar", de criar imagens – de si, do mundo e dos outros – para que possamos lidar com os objetos reais que nos servem de inspiração. E por isso a figura do mapa é tão importante: Trata-se de uma abstração dos lugares; uma imagem do espaço – este que conformamos a cada ideia, gesto ou observação; que acompanha qualquer pedaço de tempo; que dá sustentação à nossa existência, que justificamos adornando-o com significados e sentidos compartilhados.

Em termos mais práticos, e com os olhos voltados para o objeto das análises que empreendemos no terceiro capítulo, um estudo mais detido sobre as variações da interface do software – que mudou reiteradas vezes ao longo dos anos, mas manteve um mesmo grupo de funções durante todo o tempo – também é um excelente material para pesquisadores da área. Também reconhecemos a necessidade de se realizar pesquisas de cunho qualitativo que tenham o monitoramento do comportamento dos usuários como foco – o que reiteramos não ser o caso deste trabalho –, mas que respeitem a natureza diversa de uso do software em relação ao acompanhamento de um telejornal, por exemplo. Pesquisas nesse sentido ainda devem levar em conta a enorme quantidade de dados produzida por usuários de software, de modo a não cometer o absurdo de se tomar uma amostra de 1 mil check-ins, por exemplo, como algo representativo de um universo de 6 bilhões deles.

Para além de conceitos e teorias, parece extremamente importante fazer uma observação quanto ao formato em que essa pesquisa foi conduzida. A mudança abrupta da interface, do direcionamento e dos usos de um software em um período de tempo tão curto – não mais do que alguns meses – parece apontar para a preferência por formatos mais sucintos. Artigos, monografias e afins podem parecer menos densos do que dissertações ou teses, mas certamente parecem mais adequados para capturar fenômenos como esse – tal qual a foto de uma explosão, por exemplo. A limitação que as normas técnicas brasileiras de formatação e



padronização impõem ao trabalho também são dignas de nota: se a ABNT não prevê nem mesmo um modelo adequado para referência/citação de games, usar *gifs*, infográficos ou outro mecanismo interativo dentro das produções acadêmicas oficiais (artigos, dissertações, teses...) ou apenas como referências destas parece uma possibilidade longe de se realizar.

Por último resta-nos replicar Flusser (2002; 2007) quanto à maneira com que temos tratado de softwares e os usos que temos feito deles. Se trabalhos conceituais, artísticos ou experimentais e os videogames parecem estar na zona ótima de exploração de possibilidades, nosso uso cotidiano do software ainda não parece capaz de nos libertar da alcunha de trabalhadores que usam programas para a aplicação de modelos ou simulações. Essa dissertação é prova disso – apesar de todas as potencialidades do *Word*, somos obrigados a reservar-nos àquilo que representa um formato anterior. Portanto, resta-nos o otimismo de saber que ainda há muito a se descobrir. E como otimistas, possamos depositar esperanças na criatividade humana, irmã de qualquer forma de jogo, para a exploração de tudo o que ainda não conhecemos – mas sabemos que pode existir.

## **REFERÊNCIAS**

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Trad. de Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 1985.

ARISTÓTELES. **A Retórica**. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2005.

ARISTÓTELES. **Arte retórica e Arte Poética**. Rio de Janeiro: Tecnoprint, s/d.

AUGÉ, Marc. **Não-lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Petrópolis: Vozes, 1996.

BAITELLO JÚNIOR, Norval. **Vilém Flusser e a Terceira Catástrofe do Homem ou as Dores do Espaço, a Fotografia e o Vento**. *FlusserStudies.net*, v. 3, p. 7.artigo, 2006.

Disponível em <http://www.flusserstudies.net/pag/03/terceira-catastrofe-homem.pdf>

BAITELLO JÚNIOR, Norval. **O inóspito: uma pequena arqueologia do conceito de espaço no pensamento de Vilém Flusser**. *Flusser Studies*, nº 15, maio de 2013.

BELL, John L. **Lectures on the foundations of Mathematics**. Publicado em página pessoal do autor em 2007. Disponível em

<<http://publish.uwo.ca/~jbell/foundations%20of%20mathematics.pdf>>. Acessado em 08 de maio de 2013.

BENKLER, Yochai. **A Free Irresponsible Press: Wikileaks And The Battle Over The Soul Of The Networked Fourth Estate**. Rascunho de livro (manuscrito), 2011. Disponível em [http://www.benkler.org/Benkler\\_Wikileaks\\_current.pdf](http://www.benkler.org/Benkler_Wikileaks_current.pdf), acesso em 10/10/11.

BOGOST, Ian. **Unit Operations: An approach to videogame criticism**. Cambridge: MIT Press, 2006.

BOGOST, Ian. **Persuasive games: Check-Ins Check Out**. Portal Gamasutra, 10 de fevereiro de 2010. Disponível em [http://www.gamasutra.com/view/feature/4269/persuasive\\_games\\_checkins\\_check\\_out.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/4269/persuasive_games_checkins_check_out.php). Acesso em 29 de dezembro de 2011.

BOGOST, Ian. **How to do things with videogames**. Londres: University of Minnesota Press, 2011a.

BOGOST, Ian. **Gamification is bullshit**. Portal Bogost.com, 08 de agosto de 2011b. Disponível em [http://www.bogost.com/blog/gamification\\_is\\_bullshit.shtml](http://www.bogost.com/blog/gamification_is_bullshit.shtml). Acesso em 23 de janeiro de 2014.

BRAGA, José Luiz. **Comunicação, disciplina incidiária**. Revista MATRIZES, Porto Alegre, nº2, p. 73-88, abril de 2008.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.

BROWN, Barry; TAYLOR, Alex; IZADI, Shahram; SELLEN, Abigail; KAYE, Joseph. **Locating Family Values: A field trial of the whereabouts clock**. UbiComp '07 Proceedings of the 9th international conference on Ubiquitous computing, 2007, p. 354-371.

CALDERÓN, Andrea Soto. **Juego y imaginación en Vilém Flusser**. *Flusser Studies* nº 13, maio de 2012.

CANARELLA, John. SPECHLER, Joshua A. **Epidemiological modeling of online social network dynamics**. [ArXiv:1401.4208](https://arxiv.org/abs/1401.4208) [cs.SI], 17 de janeiro de 2014. Disponível em <http://arxiv.org/pdf/1401.4208.pdf>. Acesso em 20 de janeiro de 2014.

CANÁN, Alberto J. L. Carrillo. **McLuhan, Flusser, and the Mediatic Approach to Mind.** *Flusser Studies*, nº 6, maio de 2008.

CAREY, James W. **Communication as Culture: Essays on Media and Society.** New York: Routledge, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**, vol.3, São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CATELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano.** Petrópolis: Vozes, 1998.

CHESHER, Chris. **Navigating sociotechnical spaces: Comparing computer games and sat navs as digital spatial media.** *Convergence*, nº 18, vol. 3, 2012, p. 315-329.

COHN, Gabriel. (Org.) **Comunicação e Indústria Cultural.** São Paulo: T.A. Queiroz, 1987.

CRAMER, Henriette. ROST, Mattias. HOLMQUIST, Lars Erik. **Performing a check-in: Emerging practices, norms and 'conflicts' in location-sharing using Foursquare.** Mobile HCI, Stolcolmo, 2011.

CRITELLI, Dulce. **Martin Heidegger e a essência da técnica.** *Revista Margem*, nº 16, p. 83-89, dezembro de 2002.

DAVIDSON, Drew *et al.* **Well-played 2.0: Videogames, Value and Meaning.** ETC Press, 2010.

DAVIDSON, Drew *et al.* **Well-played 3.0: Videogames, Value and Meaning.** ETC Press, 2011.

EJSING-DUUN, Stine. **Location-based games: From screen to street.** 2011. 306 p. Tese de

Doutorado. Aarhus University, Aarhus, 2011.

FELINTO, Erick. SANTAELLA, Lucia. **O explorador de abismos: Vilém Flusser e o pós-humanismo**. São Paulo: Paulus, 2012.

FERRARA, Lucrecia D'Alessio. **Ciberspaço: Conceito à procura de um nome**. In: *A cibercultura em transformação [recurso eletrônico] : poder, liberdade e sociabilidade em tempos de compartilhamento, nomadismo e mutação de direitos*. Vol. 02. Organização Eugênio Trivinho com Angela Pintor dos Reis e equipe do CENCIB/PUC-SP. – Dados eletrônicos. – São Paulo: ABCiber ; Instituto Itaú Cultural, 2010.

FISCHER, Florian. **Future development of check-in services: Checking-out already?** In: *Geoinformatics*, Vol. 05, Julho/Agosto de 2011, p. 6-8.

FLUSSER, Vilém. **Jogos**. *Suplemento Literário OESP*, 12 (556), 9 de dezembro de 1967. Disponível em <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/jogos.pdf>. Acessado em 22/02/2013.

FLUSSER, Vilém. **Photo reception**. *Flusser Studies*, nº 10, novembro de 2010.

FLUSSER, Vilém. **Towards a Philosophy of Photography**. London: Reaktion Books, 2000.

FLUSSER, Vilém. **Writings**. Tradução de Erik Eisel. Minneapolis/Londres: University of Minnesota Press, 2002.

FLUSSER, Vilém. **La apariencia digital**. In: YOEL, Geraro (Org.). *Pensar el cine 2: Cuerpos, Temporalidad y Nuevas Tecnologías*. Buenos Aires: Ediciones Manantial, 2005, p. 351-364.

FLUSSER, Vilém. **La sociedad alfanumérica**. In: *Vilém Flusser y la crisis actual de la cultura* (Dr. phil.) Breno Onetto (traducción). *Revista Austral de Ciencias Sociales* n. 9, Valdivia, 2005b.

FLUSSER, Vilém. **Do inobjeto.** *ARS (São Paulo)* [online], ISSN 1678-5320, vol.4, n.8, pp. 30-35, 2006. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1678-53202006000200003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1678-53202006000200003&script=sci_arttext). Acesso em 04/05/2013.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação.** Organizado por Rafael Cardoso. Tradução de Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FLUSSER, Vilém. **Pós-História.** São Paulo: Duas Cidades, 1983.

FLUSSER, Vilém. **Television Image and Political Space in the Ligth of the Romanian Revolution.** Palestra ministrada em Kunsthale, Budapeste, em 7 de abril de 1990. Disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=QFTaY2u4NvI>>. Acesso em 12/01/13.

FLUSSER, Vilém. **The City as Wave-Through in the Image-Flood (Die Stadt als Wellental in der Bilderflut).** Trad. de Phil Gochenour. *Critical Inquiry*, p. 320-328, 2005.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade.** São Paulo: Annablume, 2008.

FREGE, Gottlob. **Translations from the Philosophical Writings of Gottlob Frege.** Editado por Peter Geach e Max Black. Oxford: Basil Blackwell, 1960.

FRITH, Jordan. **Turning life into a game: Foursquare, gamification and personal mobility.** In: *Mobile Media Communication*, Vol. 01, N° 02, 2013, p. 248-262.

FRITH, Jordan. **Communicating through location: The understood meaning of the Foursquare check-in.** In: *Journal of Computer-Mediated Communication*, maio de 2014.

FULLER, Mathew. **Software Studies: A Lexicon.** Cambridge: The MIT Press, 2008.

GALLOWAY, Anne; MATHEW Ward. **Locative Media as Socialising and Spatialising**

**Practices: Learning from Archaeology** (DRAFT). Forthcoming *Leonardo Electronic Almanac*, MIT Press, 2005. Disponível em:

[http://www.purselipsquarejaw.org/papers/galloway\\_ward\\_draft.pdf](http://www.purselipsquarejaw.org/papers/galloway_ward_draft.pdf). Acesso em 15 de dezembro de 2013.

GALLOWAY, Alexander R. **Gaming – Essays in Algorithmic Culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006.

GANS, Hebert J. **The Levittowners: Ways of Life and Politics in a New Suburban Community**. New York: Columbia University Press, 1967.

GONÇALVES, Márcio Souza. SAINT CLAIR, Ericson Telles. **Comunicação e filosofia hoje**. Revista Famecos, Porto Alegre, nº 36, agosto de 2008.

GOSNEY, John W. **Beyond Reality: A Guide to Alternate Reality Gaming**. Boston: Thomsom Course Technology PTR, 2005.

GREENFIELD, Adam. **Everyware: The dawning age of ubiquitous computing**. Berkeley: New Riders, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomás Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 6ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HANKE, Michael. **A Comunicologia segundo Vilém Flusser**. Galáxia, nº 7, abril de 2004.

HEIDEGGER, Martin. **Ensaio e Conferências**. Tradução de Emmanuel Carneiro Leão. Petrópolis: Vozes, 2008.

HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz C. & FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2007.

HONG, Sungook. **Man and Machine in the 1960s**. *Techné: Research in Philosophy and Technology*, Vol. 7, Nº 3, 2004.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura**. Trad. De João Paulo Monteiro. São Paulo: Perspectiva, 2007.

INNIS, Harold Adams. **The Bias of Communication**. Introdução de Paul Heyer e David Crowley. Toronto: University of Toronto Press, 1995.

LASICA, JD. **Beyond Foursquare: The future of geolocation apps and websites**. Portal Skift, 02 de março de 2013. Acesso em 13/10/13. Disponível em <http://skift.com/2013/03/02/beyond-foursquare-the-future-of-geolocation/>

LATOUR, Bruno. **Reassembling the social: An Introduction to Actor-Network-Theory**. New York: Oxford University Press, 2005.

LEFEBVRE, Henri. **The Production of Space**. Oxford: Blackwell Publishing, 1991.

LEFEBVRE, Henri. **The Urban Revolution**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2003.

LE GOFF, Jacques. A história do cotidiano. In: DUBY, George et al. **História e nova história**. Lisboa: Teorema, 1986.

LENZ, Ronald. **Locative Media**. Portal *Sensing Presence Research*, 2006. Disponível em: <http://spresearch.waag.org/images/LocativeMedia.pdf>. Acesso em 23 de julho de 2012.

LE MOS, André. **Ciber-Flânerie**. In FRAGOSO, Suely *et al.*. Comunicação na Cibercultura. São Leopoldo : Editora Unisinos, 2001.

LE MOS, André. **Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2002.



LEMOS, André. **Ciberespaço e tecnologias móveis: processos de territorialização e desterritorialização na cibercultura**. In: MÉDOLA, Ana Silvia; ARAÚJO, Denise; BRUNO, Fernanda (Org.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 277-293.

LEMOS, André. **Cidade-ciborgue: a cidade na cibercultura**. *Galáxia*, Vol. 04, nº 08, p.129-148, 2004.

LEMOS, André. **Arte e Mídia Locativa no Brasil**. In: JOSGRILBERG, Fabio. (Org.). **Comunicação e Mobilidade: Aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009.

LEMOS, André. **Jogos Móveis Locativos. Cibercultura, espaço urbano e mídia locativa**. In: ANDRADE, L. A. (Org.) ; FALCÃO, Thiago (Org.) . *Realidade Sintética: Jogos Eletrônicos, Comunicação e Experiência Social*. 1. ed. São Paulo: Scortecci, 2012. v. 1. 247p.

LEMOS, André. **Você está aqui! Mídia locativa e teorias "materialidades da comunicação" e "ator-rede"**. *Comunicação & Sociedade*, Ano 32, n. 54, p. 5-29, jul./dez. 2010.

LEMOS, André. **Mídia locativa e território informacional**. In: Santaella, L., Arantes, P. (ed), *Estéticas Tecnológicas. Novos Modos de Sentir.*, São Paulo: EDUC., 2008, pp. 207-230. Disponível em <[http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia\\_locativa.pdf](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf)>, acesso em 13 de julho de 2012.

LEMOS, A. **Espaço, mídia locativa e teoria ator-rede**. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 25, p. 52-65, jun. 2013.

LEVINSON, Paul. **McLuhan and Media Ecology**. In: *Proceedings of the Media Ecology Association*, Volume 1, 2000.

LEVINSON, Paul. **Digital McLuhan: A guide to the information millennium.** New York: Routledge, 2004.

LUKE, Robert. **The Phoneur: Mobile Commerce and the Digital Pedagogies of the Wireless Web.** In: TRIFONAS, P. (ed.) *Communities of Difference: Culture, Language, Technology*, p. 185-204, Palgrave, Londres, 2006.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos: o declínio do individualismo na sociedade de massa.** Trad. De Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MALMI, Eric. TRI DO, Trinh Minh. GATICA-PEREZ, Daniel. **Checking In or Checked In: Comparing large-scale Manual and Automatic location disclosure patterns.** In: MUM '12, dezembro de 2012.

MANOVICH, Lev. **El language de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital.** Buenos Aires: Paidós, 2006.

MANOVICH, Lev. **Software, or the Engine of Contemporary Societies.** In Direct Digital catalogue, ed. Marco Mancuso, maio de 2009. Disponível em [http://www.manovich.net/DOCS/software\\_studies.updated2011.pdf](http://www.manovich.net/DOCS/software_studies.updated2011.pdf)

MANOVICH, Lev. **How to follow software users.** Portal Software Studies, março de 2012. Disponível em <<http://lab.softwarestudies.com/2012/04/new-article-lev-manovich-how-to-follow.html>>.

MATTERN, Friedemann; FLOERKEMEYER, Christian. **From the internet of computers to the Internet of Things.** Informatik-Spektrum 33 (2), p. 107–121, 2010. Disponível em <<http://www.vs.inf.ethz.ch/publ/papers/Internet-of-things.pdf>>. Acesso em 03 de fevereiro de 2013.

MARTINO, Luiz. **Muitas & Poucas: A dupla personalidade das Teorias da Comunicação.** In: MARTINO, Luiz C. (Org.); BERGER, Charles R.; CRAIG, Robert T. *Teorias da Comunicação – Muitas ou Poucas.* Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

MARTINO, Luiz C. **Pensamento comunicacional canadense: as contribuições de Innis e McLuhan**. Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo: Vol. 5, nº14, p. 123 – 148, novembro de 2008. Disponível em <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/140/134>

MARWICK, Alice E. **Foursquare, Locative Media, and Prescriptive Social Software – Part One**. Artigo publicado em <http://www.tiara.org/blog/foursquare-locative-media-and-prescriptive-social-software-part-one/>, em 22 de abril de 2009. Acesso em 13/06/2012.

MEADES, Alan. **Why we glitch: process, meaning and pleasure in discovery, documentation, sharing and use of videogame exploits**. In: *Well-played: a journal on Videogames, Value and Meaning*. Vol. 02, n. 02. ETC Press, 2013, p. 79-98.

MCGONIGAL, Jane. **Reality is Broken: Why games makes us happy and why they can change the world**. Penguin Press, 2011.

MCLUHAN, Eric. **The source of the term, “Global Village”**. McLuhan Studies: Issue 2, 1996. Disponível em [http://projects.chass.utoronto.ca/mcluhan-studies/v1\\_iss2/1\\_2art2.htm](http://projects.chass.utoronto.ca/mcluhan-studies/v1_iss2/1_2art2.htm). Acesso em 12/07/2012.

MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Guttenberg: A formação do homem tipográfico**. Trad. Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Editora Nacional, 1977.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

MCLUHAN, Marshall. **Visão, Som e Fúria**. In: LIMA, Luiz Costa. *Teoria da Cultura de Massa*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

MENEZES, José Eugenio de O. **Comunicação, espaço e tempo: Vilém Flusser e os processos de vinculação**. Comunicação, Mídia e Consumo, vol. 6, n. 15, p. 165 – 182. 2009.

MONTOLA, Markus. STENROS, Jaako. WAERN, Annika. **Pervasive games: Theory and Design**. Burlington: Morgan Kaufmann Game Design Books, 2009.

MOROZOV, Evgeny. **The Net Delusion: The dark side of the internet freedom**. New York: Public Affairs, 2011

MOROZOV, Evgeny. **To Save Everything, Click Here: The Folly of Technological Solutionism**. New York: Public Affairs, 2013.

MURRAY, Janet. **Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace**. Cambridge: MIT Press, 1997.

MURRAY, Janet. **A example of gamification that isn't bullshit**. Janet H. Murray's blog on Inventing the Medium, 06 de maio de 2013. Disponível em <http://inventingthemedium.com/2013/05/06/an-example-of-gamification-that-isnt-bullshit/>. Acesso em 09 de junho de 2013.

NETTO, Vinícius de Moraes. **Practice, Communication and Space: A reflection on the materiality of social structures**. 2007. 248 p. Tese de Doutorado. University College London, Londres, 2007.

NICOLA, Ricardo. **Cibercidadania na república tecnológica: Contribuições inclusivas dos novos paradigmas transculturais canadenses**. *Estudos em Comunicação*, nº2, p. 47-69, dezembro de 2007.

NITSCHKE, Michael. **Video game spaces: Image, play and structure in 3d worlds**. Massachusetts: The MIT Press, 2008.

NORDENSTRENG, Kaarle. **Discipline or Field? Soul-searching in Communication Research**. *Nordicom Review*, Jubilee Issue, p.211-222, 2007.

OLIVEIRA, Thaiane Moreira de. **Isto não é um jogo: Configurações cognitivas no processo de se jogar um Alternate Reality Game**. 2011. 141 p. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2011.

ORTEGA, José. **A rebelião das massas**. Trad. De Herrero Filho. Ridendo Castigat Mores, 2001. Obra de domínio público disponível em <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/ortega.pdf>. Acesso em 23/07/12.

PAULO, Viviane Santana de. **A migração como expansão da realidade e renovação das culturas**. *Flusser Studies*, nº 3, novembro de 2006.

PELLANDA, Eduardo Campos. **A conexão entre lugares e espaços proporcionada pela rede Foursquare**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 164-175, janeiro/junho 2011. Disponível em <[seer.ufrgs.br/intexto/article/download/16490/12358](http://seer.ufrgs.br/intexto/article/download/16490/12358)>. Acesso em 14/12/11.

PELLANDA, Eduardo Campos. **Comunicação Móvel no contexto brasileiro**. In: LEMOS, André. JOSGRILBERG, Fabio. (Org.). **Comunicação e Mobilidade: Aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROJCEWICZ, Richard. **The Gods and Technology: A Reading of Heidegger**. Nova Iorque: Sunny Press, 2006.

RUSSEL, Ben. **Headmap: Location-aware devices**. Disponível em <http://technocult.net/wp-content/uploads/library/headmap.pdf>. Acesso em 11 de janeiro de 2014.

SALEN, Katie. ZIMMERMAN, Eric. **Rules of play: game design fundamentals**. Cambridge: MIT Press, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **A ecologia pluralista das mídias locativas**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 37, 2008a.

SANTAELLA, Lucia. **A estética política das mídias locativas**. Nómadas (Col), núm. 28, abril, pp. 128-137. Universidad Central. Bogotá, Colombia, 2008b.

SANTAELLA, Lúcia. **Estéticas tecnológicas: novos modos de sentir**. São Paulo: Educ, 2008c.

SANTAELLA, Lucia. **Mídias locativas: a internet móvel de lugares e coisas**. Revista FAMECOS Porto Alegre nº 35, 2008d.

SCHÖCH, Christof. **Big? Smart? Clean? Messy? Data in digital humanities**. *Journal of Digital Humanities*, Vol. 2, nº 03, p. 2-13, 2013.

SHANNON, C. E. **A Mathematical Theory of Communication**. *The Bell System Technical Journal*, Vol. 27, p. 379–423, 623–656, Julho, Outubro, 1948.

SHAW, Blake. **Machine Learning with large networks of people and places**. Foursquare Engineering Blog, 23 de março de 2011. Disponível em <http://engineering.foursquare.com/2012/03/23/machine-learning-with-large-networks-of-people-and-places/>. Acesso em 24 de setembro de 2013.

SHAW, Blake. CROBAK, Joe. **Hadoop @ Foursquare**. Foursquare Engineering Blog, 22 de junho de 2012. Disponível em <http://engineering.foursquare.com/2012/06/22/our-hadoop-stack-at-foursquare/>. Acesso em 14 de janeiro de 2014.

SILVA, Márcio Seligmann. **De Flusser a Benjamin – do pós-aurático às imagens técnicas**. *Flusser Studies*, nº 8, maio de 2009.

SINGER, Ben. **Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular**. In: CHARNEY & SCHWARTZ. *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac &

Naify, 2001.

SILVA, Adriana de Souza; FRITH, Jordan. **Locative Mobile Social Networks: Mapping Communication and Location on Urban Spaces.** *Mobilities*, Vol. 5, No. 4, p. 485–506, Novembro de 2010.

SILVA, Adriana de Souza; HJORTH, Larissa. **Playful urban spaces: a historical approach to mobile games.** *Simulation and Gaming*, Vol. 40, n. 05, p. 602-625, abril de 2009.

STAINES, David.; MCLUHAN, Stephanie. **McLuhan por McLuhan.** Introdução de Tom Wolfe. São Paulo: Ediouro, 2005.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **As bases sociológicas nos estudos das teorias da comunicação.** *Revista Comunicação: Veredas*. Ano IV – nº4 – Novembro, 2005.

TRIVINHO, Eugênio. **Cibercultura e existência em tempo real: Contribuição para a crítica do modus operandi de reprodução cultural da civilização mediática avançada.** *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação: Curitiba*, 2007.

TRIVINHO, Eugênio. **O bunker glocal e seu paradoxo: dialética operacional entre “refechamento” e “abertura” na civilização mediática avançada.** *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 16, p. 17-32, dez. 2008.

TUTERS, Marc. **From mannerist situationism to situated media.** *Convergence*, nº 18, vol. 3, 2012, p. 267-282.

VIRILIO, Paul. **Velocidade e Política.** São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

WEISS, Scott L. **Human Consciousness and the Construct of Meaning in the Communication Theories of Marshall McLuhan and Vilém Flusser.** *Flusser Studies*, nº 06, maio de 2008.

WERTHEIM, Margaret. **Uma história do espaço: De Dante à Internet.** Trad. De Maria Luiza X. De A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

WILKEN, Rowan. **Locative media: from specialized preoccupation to mainstream fascination.** *Convergence*, nº 18, vol. 3, 2012, p. 243-247.

WINTER, Stephan. **Communication about Space.** *Transactions in GIS*, Vol. 08, nº 03, p. 291-296, Junho de 2004.

WITTGENSTEIN, Ludwig. **Phenomenal Language In: The Voices of Wittgenstein: The Viena Circle.** Routledge: Taylor & Francis Group, 2003, p. 313-321.

WITTGENSTEIN, Ludwig. **Philosophical Investigations.** Oxford: Blackwell Publishing, 2001.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

WOLTON, Dominique. **Pensar a Comunicação.** Brasília: Editora da Unb, 2004.

ZEFFIRO, Andrea. **A location of one's own: a genealogy of locative media.** *Convergence*, nº 18, vol. 3, 2012, p. 249-266.

ZHENG, Yu. **Location Based Social Networks: Users.** In: *Computing with spatial trajectories.* Springer, 2011, p. 243-276.

## REFERÊNCIAS A SOFTWARES

### *Jogos de Videogame*

*Assassin's Creed: Revelations.* Ubisoft, 2011.

*Diablo III.* Blizzard Entertainment, 2012.



*Metroid Prime*. Nintendo, 2001.

*Pong*. Atari, 1972.

*Tetris*. Atari; Nintendo, 1984

*The Legend of Zelda*. Nintendo, 1986.

*Wii Sports*. Nintendo, 2006.

### ***Aplicativos e Jogos Móveis (várias versões)***

*#mom*

*AfterCredits*

*Brightkite*

*Colab*

*Couple*

*Facebook*

*Foursquare*

*Geocaching*

*GroupMe*

*Ingress*

*Instagram*

*Kekanto*

*Loopt*

*Path*

*Pinterest*

*RunKeeper*

*Shadow Cities*

*Sonar*

*Twitter*

*Waze*

*WeChat*

*Whatsapp*

*Whrrl*