

O lugar e suas formas de comunicar

Macello Santos de Medeiros

Recebido: 24 abr. 2014

Aprovado: 31 maio 2014

Universidade Federal da Bahia. (UFBA). Bahia. BA. Brasil.

Contato com o autor: macellomedeiros@gmail.com

Resumo: A partir da observação de um evento esportivo corriqueiro como um jogo de futebol, este trabalho tem como objetivo lançar uma proposta de estudo no campo da comunicação, em que o “lugar” é colocado no epicentro da discussão. As definições deste termo variam de acordo com a área de conhecimento e vão desde o lugar onde ocorrem às práticas sociais até o lugar como espacialização (MASSEY, 2008; SHIELDS, 1998), fruto do fluxo de informação que transita por ele. Para localizar a discussão entro do campo da comunicação, estabelecemos três aspectos capaz de realizar este estudo: o tipo de interação, o meio técnico de transmissão e os contextos de produção, emissão e recepção de informação. A relação entre estes aspectos e o lugar geram quatro formas diferenciadas de comunicação como base neste estudo do lugar na comunicação: a Comunicação Local, a Comunicação Situada, a Comunicação Global e a Comunicação Locativa.

Palavras-chave: Lugar. Espaço. Comunicação. Mídia.

Abstract: **The place and its forms to communicate.** From the observation of a sporting event trivial as a football game, this paper aims to launch a study proposal in the communication's field, in which "place" is placed at the epicenter of the discussion. The definitions of this term vary according to the area of knowledge and could be understood as the place of social practices or as spatialization, the result of the flow of information passing through it. To bring the discussion for the communication's field, I established three aspects able to achieve this study: the type of interaction, the technical means of transmission and the contexts of production, transmission and reception of information. The relationship between these aspects and the place generates four different forms of communication as the basis of this study of the place in communication: Local Communication, Situated Communication, Global Communication and Locative Communication.

Keywords: Place. Space. Communication. Media.

Introdução

Uma partida de futebol é um evento esportivo que, em alguns casos, pode ser considerada um espetáculo reunindo em um palco, atores principais, atores coadjuvantes, público e toda parte técnica necessária para dar início ao evento como os contrarregras, iluminadores, sonoplastas, cinegrafistas, repórteres, etc. Olhando pelo ângulo daquele torcedor que quer acompanhar o jogo, esperando o melhor desempenho do seu time de jogadores, essa experiência pode ser realizada de várias formas a depender do lugar onde este torcedor se encontre. Aqueles mais fanáticos preferem ir ao estádio na busca de interagir com os outros espectadores e também, de alguma forma, com os atores do espetáculo, já que as “regras” permitem essa participação de uma maneira mais intensa nessa atividade de torcer pelo time.

Uma segunda opção de assistir a esse evento esportivo é através dos meios de comunicação. Mesmos nos lugares mais longínquos, tomando como referência as partidas de futebol dos times da primeira divisão que acontecem, na maioria das vezes, nos estádios que ficam localizados nas capitais, os fiéis torcedores podem acompanhar o desempenho do seu time através das ondas do rádio. Diga-se de passagem, este veículo foi o responsável pela primeira transmissão de uma copa do mundo no Brasil em 1938. Para aqueles que estão mais próximos do centro urbano, dentro da área de cobertura de televisão, outra forma de acompanhar os jogos é através da TV. A televisão oferece algumas vantagens na transmissão em relação ao rádio, principalmente no que se refere à linguagem audiovisual, reunindo em um mesmo canal de transmissão, o som e a imagem da partida de futebol.

Seguindo o caminho da evolução tecnológica dos meios de comunicação, surge uma terceira opção em virtude da convergência digital: assistir o jogo de futebol pela internet via transmissão *on-line* da partida, acessível pelos sites especializados ou pelos portais das grandes redes de comunicação. Outra possibilidade seria acompanhar a partida através das atualizações de texto publicadas nestes meios em tempo real, como também em alguns blogs e redes sociais, como Twitter e Facebook. Além disso, com a telefonia móvel é possível receber atualizações via SMS, diretamente para o celular, informando todos os lances que estão acontecendo durante a partida.

No entanto, ainda dentro deste ambiente de inovação tecnológica, uma quarta opção está sendo oferecida em alguns estádios para os torcedores que estão assistindo o jogo de forma presencial (*in loco*). As informações adicionais sobre a partida são enviadas direto para seus aparelhos de celulares utilizando uma conexão sem fio de curto alcance: a tecnologia

bluetooth. O torcedor pode, por exemplo, rever o gol do seu time, ou os melhores momentos da partida enquanto está no bar durante o intervalo do jogo. No final, ele também pode receber um resumo da partida com os números do campeonato que seu time está disputando.

Com base nesse panorama que foi descrito tomando como exemplo uma partida de futebol, podemos perceber que existe uma relação entre o evento, seus espectadores, a interação entre eles, sua forma de transmissão e o lugar onde ele acontece. Esse emaranhado de relações é sustentado, dentre outras características, pela comunicação que mantém o sistema em funcionamento unindo estes elementos citados. Ela pode ser verificada na relação dos torcedores dentro do estádio, interagindo de diferentes formas com o jogo e com os outros torcedores; na mediação das partidas pelos meios de comunicação, seja em tempo real, através do rádio, da TV, da internet e da conexão *bluetooth*, seja de forma assíncrona através dos jornais e revistas, como também pelas resenhas jornalísticas divulgadas por estes meios. Mas, estas várias formas de comunicação que surgem das relações entre os elementos citados – evento, espectadores, jogadores, formas de transmissão, etc. – são provocadas pelo grau de relevância que o lugar assume em cada relação, ou seja, um elemento que modifica as relações e as formas de comunicar.

Este trabalho, portanto, apresenta uma proposta de estudo sobre o lugar na comunicação a partir de três aspectos: o tipo de interação, o meio técnico de transmissão e os contextos de produção/emissão e recepção de informação. Com base neste estudo é possível observar, também, a constatação de quatro formas de comunicação: a Comunicação Local, a Comunicação Situada, a Comunicação Global e a Comunicação Locativa.

Lugar, não lugar e espaço.

Para Aristóteles, a definição do lugar esta atrelada a dois elementos: a forma e a matéria. Segundo o filósofo, o lugar é um espaço ocupado por um corpo (matéria) sem ser confundido com este corpo, ou seja, jamais tomaria a sua forma, uma vez que se isso acontecesse, ele deixaria de existir. Neste sentido, o lugar não se confunde com a “coisa” que o contém, ao contrário do conceito de espaço platônico, que só existe quando o receptáculo (ou *chora*) é preenchido. A ideia de espaço vazio para Aristóteles é algo inaceitável quando aplicada ao termo “lugar”, uma vez que o vazio seria um lugar onde não há nada, e sem nada (a matéria) não poderia existir o lugar. Neste caso, sendo o espaço a inexistência do vazio, o lugar torna-se a posição de um corpo entre outros corpos, esteja ele em movimento ou não.

Martin Heidegger, no texto “Construir, Habitar, Pensar”, considera o lugar como sendo pontos fixados no espaço a partir de “coisas” que são edificadas ou construídas nestes pontos. O autor recorre a uma ponte construída com o intuito de conectar as duas margens de um rio para exemplificar a maneira de como o “construir” pertence ao “habitar”, no sentido de “edificação das coisas” ou de que fora construído com uma determinada finalidade. A ponte sobre um rio age como a coisa que tem a função precípua de ligar as duas margens separadas pelo fluxo da água, constituindo, dessa forma, uma extensão territorial entre essas duas porções de terra fisicamente separadas. Sua função integradora como “coisa” dentro da quadratura (céu, terra, divino, mortais), atribui-lhe “estância e circunstância”, e é por causa dessa circunstância que surgem os lugares em qualquer ponto das margens do rio. A ponte, por si só, não é o lugar, mas a coisa que faz surgir o lugar.

Dentro da perspectiva de perceber o lugar como parte do espaço concreto, limitado fisicamente pelas coisas construídas ou edificadas, Miguel De Certeau, na obra “*L'invention du quotidien*” (1980), busca conceituar “lugar” e “espaço” a partir das práticas urbanas. Para o autor, a cidade pode ser compreendida com base nas leituras feitas por espectadores através das práticas desempenhadas no espaço da cidade: “O espectador pode ler aí [visão de Manhattan, a partir do 110º andar do World Trade Center] um universo que se ergue no ar. Ali se escrevem as figuras arquitetônicas da *coincidatio oppositorium*, antigamente esboçadas em miniaturas e texturas místicas” (DE CERTEAU, 1994, p. 170). O espaço, portanto, é o palco, na cidade, onde seus habitantes atuam criando relatos que permitem a compreensão destes espaços onde ocorrem as práticas, ao qual De Certeau dá o nome de “lugar”.

O lugar é a ordem (seja qual for) segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência. Aí se acha, portanto, excluída a possibilidade, para duas coisas de ocuparem o mesmo lugar. Aí impera a lei do 'próprio': os elementos considerados se acham uns *ao lado* dos outros, cada um situado num lugar 'próprio' e distinto que define. Um lugar é, portanto, uma configuração instantânea de posições. Implica uma indicação de estabilidade (*ibidem*, p. 200).

Em contraponto à ideia de lugar, é interessante perceber a diferença entre o conceito de “não lugar” apresentado por De Certeau e outro concebido pelo autor Marc Augé em sua obra “Não Lugares - Introdução a uma Antropologia da Supermodernidade” (2010). Para o primeiro, os “não-lugares” surgem entre os corredores que ligam os dois pontos (cá e lá), onde o caminhar sem destino invoca uma noção de que não há um lugar. Já a crítica do segundo autor se baseia na ideia de uma “supermodernidade” que, inclusive, expressada no subtítulo da obra, está relacionada ao excesso ou ao resgate de uma superabundância factual como forma

de dar sentido ao presente. Além do tempo, que ele considera como uma figura do excesso da supermodernidade, a superabundância espacial também se apresenta como uma figura representativa já que “esta se expressa, como vimos, nas mudanças de escala, na multiplicação das referências energéticas e imaginárias e nas espetaculares acelerações dos meios de transporte” (AUGÉ, 2010, p. 36).

A consequência direta desse excesso do espaço, segundo o autor, incide em modificações de ordem física, redefinindo as concentrações nas cidades, a mobilidade e transferência de população e, por fim, o aparecimento daquilo que ele considera os “não lugares”, como os aeroportos, os shoppings e as vias expressas:

Contudo, são a medida da época; medida quantificável e que se poderia tomar somando, mediante algumas conversões entre superfície, volume e distância, as vias aéreas, ferroviárias, rodoviárias e os domicílios móveis considerados 'meios de transporte' (aviões, trens e ônibus), os aeroportos, as estações e as estações aeroespaciais, as grandes cadeias de hotéis, os parques de lazer, e as grandes superfícies da distribuição, a meada complexa, enfim, redes a cabo ou sem fio que mobilizam o espaço extraterrestre para uma comunicação tão estranha que muitas vezes só põe o indivíduo em contato com uma outra imagem de si mesmo (*idem*, p. 74).

Segundo esta mesma ideia de contraposição ao lugar físico, ou a existência de um lugar que não existe de fato, Michel Foucault (1984) apresenta o conceito de heterotopia, mas que não faz referência a um lugar específico, apesar de poder ser identificado geograficamente. Para Foucault, lugares e espaços estão numa relação em que cada coisa é colocada em uma determinada disposição no espaço, algo que se aproxima do conceito de lugar de Heidegger, dos pontos fixados no espaço por coisas construídas ou edificadas. Para o autor, isto se assemelha muito ao espaço medieval quando as oposições e intersecções dos lugares formavam hierarquias acabadas como nas dicotomias dos lugares sagrados e profanos, protegidos e expostos, urbanos e rurais, etc. Segundo Foucault, para entender melhor as heterotopias é necessário, em primeiro lugar, compreender as utopias, como os lugares idealizados pertencentes a uma sociedade aperfeiçoada, ou seja, o oposto do que temos na realidade¹.

¹ Esses “contra-lugares” existentes na sociedade real, uma espécie de utopia que existem de fato, podem ser reconhecidas de diferentes maneiras, como, por exemplo, o espelho é um lugar sem lugar nenhum: “*Dans le miroir, je me vois là ou je ne suis pas, dans un espace irréel qui s'ouvre virtuellement derrière la surface, je suis là-bas, là ou je ne suis pas, une sorte d'ombre qui me donne à moi-même ma propre visibilité, qui me permet me regarde là ou je suis absent*” (FOUCAULT, 1984).

Ainda relacionado ao tema “não-lugares”, outra noção da inexistência do lugar é relatado por Edward Relph (1976), em sua obra “*Place and Placelessness*” que trata da relação entre os lugares e a identificação das pessoas de tal maneira que venham a ser considerados “*existencial insiders*”. A causa para isso seria a autenticidade, ou seja, uma genuína e sincera atitude que consiste numa aceitação da responsabilidade e total consciência da própria existência. Essa “existência de dentro” é fundamental para uma identificação com o lugar, caso contrário o lugar perderá sentido e significado, já que há uma compreensão da profundidade das deixas simbólicas existentes no lugar, conseqüentemente não há uma apreciação das suas identidades. A crise que gera essa “deslugarização” é provocada, no mundo moderno, exatamente pela incapacidade de surgirem “*existencial insiders*”, ou aquelas pessoas capazes de criar identificações autênticas com os lugares, reconhecendo todos os seus significados e criando um sentido para ele.

A questão identitária do lugar também é discutida nos trabalhos do geógrafo Tim Cresswell, que sofreu bastante influência da autora, e também geógrafa, Doreen Massey, dedicando seus estudos ao sentido, mas principalmente ao significado do lugar. Cresswell chama a atenção para três aspectos do lugar apresentado por John Agnew (1987), o local (*location*), a localidade (*locale*) e o sentido do lugar (*sense of place*). O primeiro tem relação com as coordenadas geográficas, ou seja, a maneira como podemos localizar um ponto em qualquer parte do mundo utilizando o cruzamento entre latitude e longitude. Isso irá determinar a posição desse lugar em um mapa, comprovando a sua existência ou não (no caso do país fictício do filme “O Terminal”², a Krakozhia, ele jamais será encontrado como um lugar no mapa).

A localidade implica numa relação entre as pessoas e o lugar, mas também as relações sociais que se estabelecem nele. As pessoas, as construções, a urbanização, todos estes aspectos fazem com que uma localidade seja diferente da outra. Não é raro termos a impressão de que pessoas de um determinado bairro sejam diferentes daquelas provindas de outros bairros. A convivência entre pessoas de bairros diferentes, por exemplo, pode gerar atos de violência, como nos conflitos étnicos que ocorrem nos EUA, Espanha, Irlanda e Rússia, ou nos conflitos sociais que ocorrem entre os morros cariocas no Brasil. Já o “sentido do lugar” refere-se à relação que cada pessoa tem com determinado lugar, envolvendo os sentimentos e as sensações que atribuímos a cada lugar. São aqueles lugares que se tornam

² *The Terminal* (2004) foi dirigido por Steven Spielberg e estrelado por Tom Hanks. O filme conta a estória de um passageiro que ao chegar em Nova Iorque, no Aeroporto de La Guardia, para realizar um desejo do seu pai, se vê preso, sem poder entrar nos EUA ou retornar ao seu país de origem por causa de um golpe de estado.

referenciais para nós, como o lugar da infância, da adolescência, do primeiro amor, da primeira decepção, das angústias e das perdas, como também das realizações.

Quando observamos as concepções de Cresswell sobre o termo “lugar”, podemos perceber que existe uma distinção em relação ao termo “espaço” que remetem a uma discussão mais filosófica, conjugar noções de diferentes autores. Para o autor, “*Space is a more abstract concept than place. When we speak of space we tend to think of outer-space or the spaces of geometry. Spaces have areas and volumes. Places have space between them*”³ (CRESSWELL, 2005, p. 8). O conceito de espaço mais próximo do abstrato pode ser encontrado em Platão, quando ele recorre à *Chora* ou receptáculo como sendo aquilo que contém a matéria, uma espécie invisível, extensa e passiva, fonte de nutrientes necessária para as coisas existirem: “e o receptáculo, por assim dizer, a matriz de tudo o que devem” (PLATÃO, 2001, p. 88). Por outro lado, o lugar, como já vimos, é concebido como algo mais concreto em Aristóteles, mais próximo do conceito de Heidegger, com os pontos fixados e arrumados no espaço, gerando espaçamento ou o *spatium*. Uma das estratégias que Cresswell utiliza para apresentar essa diferenciação entre espaço e lugar é a através do ato de “dar nome” ao lugar, como faziam os colonizadores quando avistavam um determinado acidente geográfico, o que, para os nativos, não fazia tanto sentido já que, para eles, aquele lugar já existia e também tinha um nome.

Outro autor, cujos conceitos de lugar e espaço se aproximam dos apresentados por Cresswell, é Henri Lefebvre (1991). A proposta de Lefebvre é entender o espaço físico como o espaço social, regido por três conceitos-chave: a prática espacial, a representação do espaço e o espaço representacional. Para Lefebvre, o espaço social demanda encontros em um determinado ponto ou ao redor dele, uma reunião, uma simultaneidade: “*social space implies actual or potential assembly at a single point, or around the point*”⁴ (1991, p. 101). Esta conotação do espaço social de Lefebvre relacionado a um ponto único coincide com a definição de “lugar” defendida por Heidegger, como sendo pontos fixados no espaço, corroborando a ideia de lugar como espaço social em Lefebvre. Portanto, o lugar, para Cresswell, surge a partir das relações sociais, da ideia de espaço social como espaço vivido e

³ “O espaço é um conceito mais abstrato do que lugar. Quando falamos de espaço, nós tendemos a pensar em espaço exterior ou espaços de geometria. Os espaços possuem áreas e volumes. Lugares têm espaço entre elas” Trad. Nossa.

⁴ “Espaço social implica uma reunião real ou potencial em um único ponto, ou em torno do ponto” Trad. Nossa.

significativo, ou seja, “*Social space is clearly very close to the definition of place*”⁵ (*Op. Cit.*, p. 12).

Esta ideia do lugar como um espaço significativo, ou o espaço que tem um significado, resume bem a mudança de paradigma no estudo da geografia humana, que, segundo Massey (*Op. Cit.*), leva em consideração as relações dentro do espaço e não apenas aqueles limites geográficos pensados pela geografia clássica. Para reforçar esse conceito de “lugar como espaço que faz sentido”, entra em questão a ideia de pertencimento ao lugar, para qual é atribuído um valor referente ao grau de pertencimento e identificação com o lugar. Isso tem uma ligação com as definições de Tuan que apresenta em duas obras, *Topophilia* (1974) e *Space and Place* (1977) a distinção entre espaço e lugar, partindo do pressuposto de que as experiências e percepções que temos do mundo são concebidas através dos lugares. O próprio termo de “topofilia”, concebido por ele, denota a relação que cada pessoa tem com o lugar capaz de desenvolver um vínculo afetivo. E é essa sensação de estar conectado ao lugar que acaba gerando graus de pertencimento com o lugar:

Tuan defined place through a comparison with space. He develops a sense of space as open arena of action and movement while place is about stopping and resting and becoming involved. While space is amenable to the abstraction of spatial science and economic rationality, place is amenable to discussions of things such as “value” and “belonging”. (ibidem, p. 20).

David Harvey (1996) compactua com a ideia de Tuan em relação ao vínculo estabelecido entre pessoas e lugares a partir desse sentimento de pertencimento, ao qual ele denominou de “*rootedness*”, atribuindo ao lugar um *status* de autenticidade. Por outro lado, ao mesmo tempo em que Tuan observa este sentimento de pertencimento, outro conceito surge em contraponto, fruto do aumento da mobilidade das pessoas que passam a migrar para outros lugares para trabalhar, como acontece com os cortadores de cana no Nordeste do Brasil, que ficam meses “fora de casa” para trabalhar em outros estados. Isto resulta numa falta de vínculo com o lugar, tomando como aquele em que se habita, gerando um fenômeno chamado de *rootlessness* ou “desenraizamento” e que teve seu apogeu com a globalização e o aumento do fluxo de capital entre as fronteiras.

Massey (*Op. Cit.*) acredita que as fronteiras estabelecem os diálogos entre aqueles que estão dentro (os *insiders*) e aqueles que estão além da fronteira (os *outsiders*), da mesma forma que as pessoas dialogam, os lugares também criam suas formas de estabelecer trocas

⁵ “O espaço social é claramente muito próximo da definição de lugar” Trad. Nossa.

simbólicas através dessas delimitações físicas. A importância dessa divisão espacial em lugares delimitados sempre fez parte da história da modernidade desde que “se desenvolveu uma compreensão hegemônica particular da natureza do próprio espaço e da relação do espaço e sociedade” (MASSEY, 2008, p. 102). A cultura de cada lugar bem como a sociedade que ali se estabelece, delimita estes espaços através das fronteiras de forma que sejam coerentes internamente e possam ser diferenciados uns dos outros por esta separação.

Estas observações de Massey se aplicam dentro de uma realidade mais moderna (e até pré-moderna), como na época da formação dos Estados-Nação na Europa. No entanto, o que vemos hoje é um relaxamento dessas fronteiras diante das inovações tecnológicas permitindo, cada vez mais, o trânsito dos fluxos de informações por estes espaços delimitados, criando os “espaços de fluxos” antes conhecidos como os “espaços de lugares”. Um exemplo disso é a China antiga, uma vez que não se sustenta mais a “antiga identidade entre pessoas e lugares”, como detectou a pesquisa realizada por T.S. Oakes em 1993⁶. Para Massey, uma das causas mais evidentes deste relaxamento das fronteiras se deu por conta da mobilidade tanto das pessoas que passam a transitar por entre os lugares, seja como turistas, imigrantes, migrantes e refugiados, como também em decorrência dos artefatos de comunicação que possibilitam o deslocamento entre as fronteiras, mesmo que este seja considerado um *outsider*. É interessante perceber como a partir desse raciocínio surgem outras possibilidades de interpretação do relaxamento das fronteiras como a relação entre o encurtamento das distâncias através dos meios de comunicação mais modernos e a diminuição da importância das pessoas que estão do nosso lado, consequentemente que estão num mesmo lugar.

Esta questão já tinha sido levantada por Joshua Meyrowitz, no ano de 1984, quando foi lançada a obra “*No Sense of Place*”, demonstrando uma preocupação já nesta época em relação aos efeitos gerados pelos meios eletro-eletrônicos de comunicação no lugar. Partindo de um estudo do comportamento, e baseando-se na teoria do interacionismo simbólico que tem seu principal expoente o sociólogo Erving Goffman, Meyrowitz faz uma comparação entre os meios impressos, nos quais a relação destes com as pessoas e com o lugar interferia na recepção da informação. A leitura de um livro, por exemplo, depende, muitas vezes, de um lugar mais tranquilo e sem interferências de outras pessoas ou outros estímulos acústicos, e a televisão que, tomada como a grande sensação entre os meios de comunicação da época, é indiferente ao lugar e às pessoas.

⁶ “Ethnic Tourism and place identity in China”, *Environment and planning D: Society and Space*, v. 11, p. 47-66.

Meyrowitz acredita numa mudança de percepção do lugar ou no sentido de como percebemos o lugar em decorrência das formas eletrônicas de acesso às informações e o reflexo disso nas situações sociais. Para ele, um meio de comunicação é capaz de alterar nossas performances e comportamentos, já que o acesso às informações através dos meios eletrônicos acaba implicando na reconfiguração das fronteiras físicas e espaciais que os delimitam. Esse é outra aproximação entre o autor e Doreen Massey: a questão dos fluxos de informação que transitam entre as fronteiras e os fatores determinantes para o aumento ou diminuição no trânsito destes fluxos.

O lugar na comunicação

Depois de discorrermos no tópico anterior sobre os diferentes conceitos acerca do termo “lugar”, com base em diversos autores, partiremos para conceituar o “lugar na comunicação”. Como já foi citado, o lugar é entendido, neste trabalho, como um ponto fixado no espaço através do qual passam fluxos de diversas ordens criando sentido e significado, capazes de gerar uma identificação e um sentimento de pertencimento àquele lugar. A opção em adotar o termo “lugar”, ao invés do “espaço”, tem sua justificativa embasada, principalmente, na definição apresentada por Heidegger quando ele credita a existência dos lugares aos pontos fixados no espaço com a presença da “coisa” construída ou edificada nestes pontos. Já discorreremos sobre a aproximação entre os vários conceitos e vimos que esta definição não fica muito distante da definição de Aristóteles, que atribui os limites impostos no espaço como o instrumento de organização da forma, ou seja, os corpos que ocupam o espaço e, conseqüentemente, uma relação entre estes corpos cuja arrumação no espaço se apresenta como pontos, definindo os lugares.

Portanto, partindo dessas definições primárias, para entender o lugar associado à comunicação devemos partir de uma concepção em que a matéria seja reconhecida neste lugar, ou seja, que o lugar seja constituído pela presença destas coisas (Heidegger) ou destes corpos (Aristóteles), ao contrário do espaço que percebemos como sendo algo abstrato (Platão), muitas vezes percebido (Lefebvre), mas nem sempre vivido (De Certeau). Um exemplo que talvez possa ilustrar melhor a comparação entre lugar e espaço da maneira que pretendemos neste trabalho é a relação entre o oceano e uma ilha. Nesta observação, estamos tomando um ponto de referência visto do alto, da janela de um avião, por exemplo, tal qual fez De Certeau ao analisar as ruas de Manhattan do 110º andar do World Trade Center. Em primeiro lugar, de acordo com o que vimos até o momento, o oceano não pode ser

considerado como um “lugar”, mas, sim, um “espaço” (espaço marítimo), ou, no máximo, um não-lugar, segundo Marc Augé. Já sabemos que a constituição de um lugar exige uma fixação de um ponto no espaço, que no caso do oceano seria uma ilha. No entanto, cremos que tomá-la apenas como um ponto fixado no oceano não é suficiente para que esta porção de terra seja considerada um lugar no meio dessa imensidão marítima.

Para tanto, a ilha deve ser reconhecida como uma matéria, segundo Aristóteles, mas também deve ser habitada para que sejam reconhecidos pontos através das coisas construídas, conforme Heidegger. Mas, para ser considerado um lugar, da forma como definimos neste trabalho, por esta ilha devem transitar fluxos de diversas ordens gerando também processos de territorialização, desterritorialização e reterritorialização. Além disso, devem ser estabelecidas relações sociais e, com isso, laços sociais, além de um sentimento de pertencimento, como vimos nas definições de Massey e Tuan. Outra forma de considerar a ilha um lugar em meio a este espaço marítimo, que é o oceano, seria nomeá-la, como assinalou Cresswell, mesmo que a chamemos de uma “ilha deserta” ou, então, investigar como seus habitantes ou as pessoas que a conheçam a denominam, pois *“naming is Power – the creative Power to calling something into being, to render the invisible visible, to impart a certain character to things”*⁷ (TUAN *apud* CRESSWELL, 2005, p. 98).

Estas são as condições precípua para que um determinado lugar se torne perceptível aos sentidos, relacionado, também, com o que é produzido nele. As relações que são estabelecidas entre as pessoas e o lugar acabam dando sentido a este espaço. Como dito anteriormente, o lugar é um espaço que faz sentido, algo vivo, ou melhor, algo vivido e, dessa maneira, se aproxima do conceito de prática espacial sugerida por Lefebvre. Nesses lugares, se vive, relações são produzidas nele e podendo ser percebidas nas práticas sociais estabelecidas ali, comprovando que a prática social se dá num lugar e não num espaço, pois a relação que se tem com o lugar decorre também das relações que são desenvolvidas com as pessoas e as coisas que estão nele: *“the idea of social space – or socially produced of space – which in many ways, plays the same role as place”*⁸ (CRESSWELL, 2005, p. 10).

Sendo assim, para compreender o lugar na comunicação, neste trabalho, iremos reunir as principais definições que os autores apresentaram na conceituação do lugar e, então, a partir daí buscar um conceito que faça uma aproximação com a comunicação. Para isso, retomaremos, primeiramente, ao cenário descrito por Martin Heidegger quando utilizou a

⁷ “nomeação é poder - o poder criativo para chamar algo a ser, para tornar visível o invisível, para conferir um certo caráter de coisas”. Trad. Nossa.

⁸ “a idéia de espaço social - ou de espaço socialmente produzido - o que em muitos aspectos, desempenha o mesmo papel como local”. Trad. Nossa.

ponte para exemplificar como o “construir” pertence ao “habitar”. Inicialmente, temos um rio e o seu fluxo contínuo das águas e por toda sua extensão temos duas margens ladeando o fluxo do rio. Em um determinado ponto da margem do rio (provavelmente próximo a uma cidade ou um lugarejo) é construída uma ponte. A ponte está unindo dois pontos que podem estar em qualquer altura da margem do rio. A partir do momento em que a ponte é edificada, torna-se um lugar. Como a coisa que une dois pontos, a ponte estanca o espaço fazendo surgir o lugar: “Onde você mora?”, “É perto ou longe da ponte?”, “Eu moro um pouco afastado, a uns 10 minutos da ponte”. É neste intervalo entre os lugares, como já vimos, que se forma o espaço-entre ou, como cita Heidegger, o *spatium*, e quando o mensuramos ele se transforma em *extensio*.

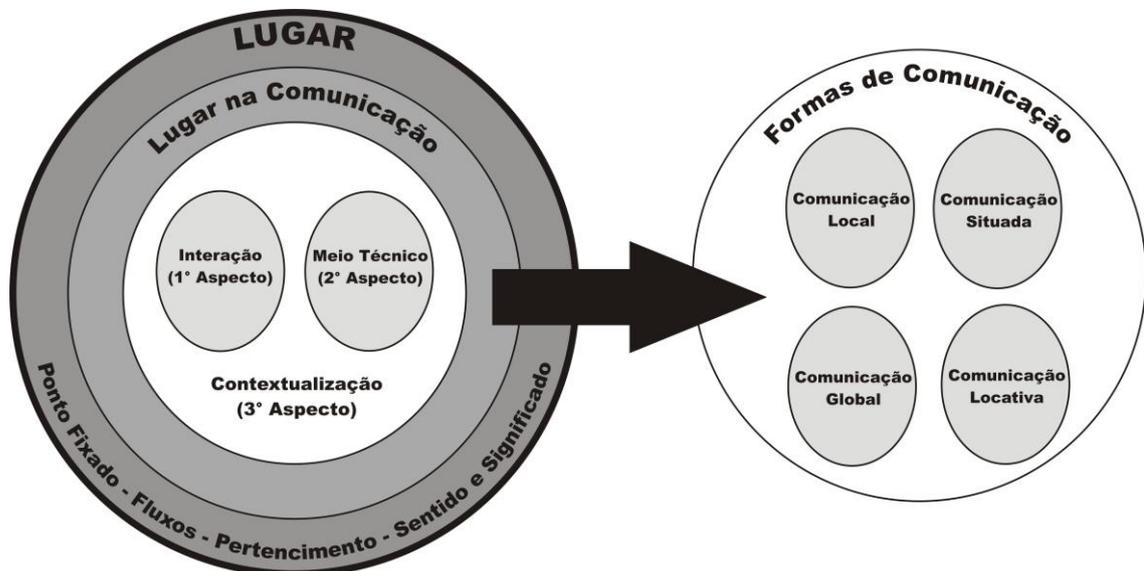
Tomando como ponto de partida a definição de Heidegger, o lugar na comunicação, portanto, pode ser entendido, neste trabalho, como sendo o lugar (ou aquele ponto fixado no espaço), de onde partem ou chegam informações. Mas como já constatamos na metáfora da “ilha e o oceano”, não basta um ponto fixado ou a “coisa” construída para definirmos um lugar. As relações sociais, os fluxos, o sentimento de pertencimento, o sentido e o significado do lugar são elementos transmitidos para aquele que o habita, tornando-se também fundamentais para conceituar o lugar na comunicação. Portanto, para compreender a relação entre o lugar e a comunicação, devemos levar também em consideração estes outros aspectos sociais que o define. Para isso, traremos para a discussão um autor que trabalha com o estudo da mídia, no intuito de fazer a relação entre o lugar e os conceitos tratados por John B. Thompson, como o tipo de interação verificado no lugar, os meios técnicos de transmissão e os contextos de produção, emissão e recepção da informação.

Desta forma, acreditamos que apenas o conceito de Heidegger não seja suficiente para ajudar na definição do lugar na comunicação, haja vista que, quando nos referimos aos contextos de produção, emissão e recepção de informação como os pontos fixados, devemos levar em conta, também, o fluxo de informação que transita entre estes pontos, o tipo de interação entre aqueles que habitam o lugar, os vínculos espaciais que se estabelecem entre os contextos, além do grau de pertencimento e importância desse lugar na comunicação. Outras questões também merecem uma discussão mais aprofundada no que diz respeito à maneira pela qual estes pontos são fixados no espaço ou, como acredita Heidegger, quais “estâncias e circunstâncias” são levadas em consideração na constituição desse lugar na comunicação. Lembramos que o lugar, segundo Milton Santos (2004, p. 258) “é o quadro de uma referência pragmática no mundo”, composto de inúmeras relações sociais que por sua vez estabelecem

uma conexão direta com os tipos de interação que ocorrem em cada um desses lugares utilizando diferentes meios técnicos, gerando, assim, formas diferenciadas de comunicação.

Com isso, o estudo sobre o lugar na comunicação que se segue terá como ponto de partida estes três pontos de sustentação teórica: 1) o tipo de interação estabelecida no lugar, 2) o meio técnico utilizado na transmissão de informação e 3) a relação entre os contextos de produção/emissão e recepção de informação com base nas estâncias e circunstâncias propiciadas pelo lugar. Desta forma, será possível verificar, também, as demais características do lugar como os fluxos de informação, o sentimento de pertencimento, e o sentido e significado do lugar para aqueles que o habitam. No entanto, percebemos que em cada processo comunicativo, se analisado através destes três aspectos, é gerada uma forma de comunicação específica (FIG. 01), com maneiras diferentes de interação entre os interlocutores, usos diferenciados dos meios para transmitir as informações e, também, comportamentos diversos dos interlocutores de acordo com a sua contextualização.

Figura 1: aspectos de análise gerando formas de comunicação diferenciadas.



Fonte: produzida pelo autor.

As formas de comunicação a partir dos três aspectos

Neste tópico apresentaremos uma proposta de análise dessas formas começando pela Comunicação Local baseada na interação face a face, na qual é interessante notar que as estâncias e circunstâncias nessa interação é a presença das “coisas” que são “construídas” como, por exemplo, os utensílios domésticos da pré-história. A comunicação realizada entre nossos antepassados estava limitada pelas relações entre os indivíduos e as coisas construídas, mas também pela organização do lugar. Nos agrupamentos sociais primitivos, a comunicação entre estes indivíduos ficava restrita ao lugar em que eles estavam habitando, o qual fora construído e pensado para se tornar a sua moradia, mesmo que por algum tempo, se levamos em conta a mobilidade dos povos nômades. Nas civilizações seguintes, os gestos realizados, os sons produzidos e os materiais manuseados com o objetivo de comunicar-se com o outro estavam limitados ao raio da percepção dos sentidos, fazendo com que o lugar na comunicação ficasse vinculado aos dois contextos de produção e de recepção de informação.

Esse panorama começa a se modificar com o aparecimento dos dispositivos de comunicação de massa e eletro-eletrônicos, como o telégrafo, o telefone, o rádio, a TV, etc. dando vez a outra forma de comunicação, a Comunicação Situada. Utilizando o raciocínio de Heidegger sobre o lugar, ao considerar estes dispositivos como “coisas”, que podem, então, serem utilizados como “estanciadores” neste espaço, de forma que possam interligar outros lugares na comunicação, e não somente aquele lugar que condensa os dois contextos de comunicação verificados na Comunicação Local baseada na interação face a face. Metaforicamente, podemos considerar a ponte utilizada por Heidegger para ilustrar a “coisa construída” no lugar, como os dispositivos de comunicação que fazem surgir outros pontos no espaço, fixando-os e criando intervalos que, desta forma, podem ser mensurados em distâncias percorridas. A diferença é que com os dispositivos de comunicação, como o telégrafo e o telefone, os contextos de produção/emissão e recepção de informação se desvinculam, gerando dois (ou mais) lugares na comunicação distintos, cada qual composto das “coisas” construídas que determinam sua condição de produtor e de receptor de informação.

No entanto, este *spatium* que surge compreendendo os intervalos entre os pontos fixados ou os espaçados deste espaço dá lugar ao *extensio* como a representação da distância mensurada que separa esses lugares ou contextos distintos de comunicação. Assim, podemos considerar que o *extensio* é o fruto do surgimento desses dispositivos de comunicação que permitem a conexão de um lugar para o outro, ou seja, um canal ligando o contexto de

produção/emissão para o de recepção em decorrência da mudança de um único ponto fixado (ou apenas um lugar na comunicação, verificado na interação face a face), para o surgimento de dois (ou mais) pontos decorrentes da interação mediada pelos dispositivos de comunicação que desvinculou os contextos. Mais adiante, veremos no capítulo referente a esta forma de comunicação, que a desvinculação é limitada geograficamente, devido a restrição de cobertura e alcance das transmissões para atingir uma determinada audiência, justificando a denominação “Situada”.

Isto pode ser percebido no texto de Heidegger, quando ele afirma que ao pensar numa ponte que fora atravessada por nós em uma situação do passado e, automaticamente, nos transportamos para lá, de alguma forma estamos nos dois lugares, mas não como uma duplicação do nosso corpo, e sim como uma extensão dele:

Quando começo a sala em direção à saída, já estou lá na saída. Não me seria possível percorrer a sala se eu não fosse de tal modo que sou aquele que está lá. Nunca estou somente aqui como um corpo encapsulado. Mas estou lá, ou seja, tendo sobre mim o espaço. É somente assim que posso percorrer um espaço (HEIDEGGER, 2002, p. 136).

Outra mudança é gerada com a incorporação da linguagem digital aos dispositivos de comunicação, transformando-os em máquinas computadorizadas. A terceira forma de comunicação com base no estudo sobre o lugar na comunicação, a Comunicação Global, dá seguimento a análise dos tipos de interação e avança a discussão ao agregar as duas ideias de “lugar na comunicação” nas formas anteriores – um lugar na Local ou os lugares na Situada – para à ideia de “infinitos lugares” em decorrência das redes de comunicação que se formam em âmbito mundial. Neste tipo de interação multimediada, um único dispositivo, ou melhor, um único suporte é capaz de reunir diferentes meios de comunicação e diferentes linguagens. Com isso, também foi possível interligar não apenas entre os lugares, como na interação mediada, mas também fazendo a ligação entre inúmeros contextos de produção, emissão e de recepção de informação, ou seja, os “infinitos lugares” que surgem espalhados pelo mundo, agora, sem uma limitação de alcance e cobertura como na Situada.

Por fim, a última análise traz a discussão do surgimento de um lugar na comunicação que resgata as características do tipo de interação face a face, vinculada ao contexto espaço-temporal, porém introduz outro elemento diferenciador que é a interface dos artefatos móveis digitais, como os celulares, *smartphones*, *notebooks*, etc. A Comunicação Locativa é caracterizada pela interação interface móvel, através da qual estes dispositivos de comunicação são utilizados para receber informações exclusivas referentes apenas àquele

lugar, ou seja, fora daquele contexto de produção, emissão e de recepção da informação não é possível receber conteúdo informativo. É o caso, por exemplo, das ações de Bluetooth Marketing que enviam cupons de descontos para os celulares dos clientes que entram na loja e ativam a conexão *bluetooth* do seu aparelho.

A peculiaridade dessa forma de comunicação é que através da interação interface móvel surge um “novo” lugar na comunicação com características diferenciadas daqueles “outros lugares” das formas de comunicação anteriores baseadas na interação face a face e na interação mediada (ou quase-interação mediada). Primeiro, o lugar na comunicação que se baseia na interação interface móvel não é o lugar da interação face a face, já que, apesar de uma co-presença nos contextos de produção, emissão e recepção de informação, a interação é feita mediante a interface dos artefatos digitais móveis e o seu usuário. Segundo, também não é o lugar da interação mediada, pois os contextos de produção/emissão e recepção estão separados por um *extensio*; e, muito menos, esse lugar na comunicação não é o lugar da interação multimediada, que potencializa estes contextos transformando-os em “infinitos lugares”.

Considerações

O estudo sobre o lugar na comunicação proposto neste trabalho é parte da tese de doutoramento⁹ deste autor que teve como objetivo analisar a Comunicação Locativa nas Zonas *Bluetooth*. A análise destas quatro formas de comunicação levando em consideração os três aspectos mencionados: os tipos de interação, os meios técnicos de transmissão e a contextualização nos processos de produção e recepção de informação é uma das etapas deste estudo que também se propõe a demonstrar que apesar de serem analisadas separadamente, estas formas podem ser conjugadas de maneira simultânea em diferentes situações de comunicação. Num jogo de futebol, por exemplo, é possível visualizar até as quatro formas de comunicação: assistindo o jogo no estádio (Local), ouvindo pelo rádio (Situada), *twittando* pelo celular (Global) e recebendo atualizações via *bluetooth* (Locativa). Essa é uma maneira de perceber como o lugar pode gerar diferentes formas de comunicar.

Outro aspecto da pesquisa que merece ser destacado é a retomada da relevância do lugar na comunicação através da Comunicação Locativa. Isso acontece porque na primeira forma, a Comunicação Local, o lugar assume um papel de importância (ou um alto grau de

⁹ MEDEIROS, Macello S. **O Lugar na Comunicação**: Um estudo sobre a Comunicação Locativa em Zonas Bluetooth. Tese de Doutorado. Salvador: UFBA, 2011.

relevância), uma vez que a interação é do tipo face a face, utilizando a oralidade primária o que exige a co-presença de todos os interlocutores: produtores, emissores e receptores da informação. O grau de relevância diminui na Comunicação Situada no momento em que ocorre a desvinculação dos lugares causada pela interação mediada com o surgimento dos eletromeios (mídia eletrônica). O grau de relevância atinge o ponto mais baixo com os "lugares infinitos" na Comunicação Global, onde podemos observar a pulverização dos contextos de emissão, produção e recepção de informação, além da possibilidade de "mudança" do papel dos interlocutores. Por fim, a Comunicação Locativa retoma o alto grau de relevância do lugar na comunicação devido à interação interface móvel baseada no uso de dispositivos digitais móveis como *notebooks*, *tablets*, *smartphones*, etc. e a exigência de co-presença dos interlocutores.

Referências

- AUGÉ, Marc. **Não Lugares:** Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Trad. Mário Lúcia Pereira. 8ª Edição. Campinas: Papyrus, 2010.
- CRESSWELL, Tim. **Place: A short introduction.** 3ª edição. Oxford: Blacwell Publishing, 2005.
- DE CERTEAU, Miguel. **A Invenção do Cotidiano:** Artes do Fazer. v. 1. Petrópolis: Editora Vozes, 1994.
- _____. **A Invenção do Cotidiano:** Morar, Cozinhar. v. 2. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.
- FOUCAULT, Michel. **Des espaces autres.** Conference au Cercle d'etudes architecturales, 14 mars 1967, in *Architecture, Mouvement, Continuïte*, n. 5, octobre 1984, pp. 46-49.
- HEIDEGGER, Martin. **Ensaïos e Conferências.** Trad. Emmanuel Carneiro Leão, Gilvan Fogel, Márcia Sá Cavalcante Schuback. 5ª Ed. Petrópolis: Vozes. Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco, 2008.
- LEFEBVRE, Henri. **The Production of Space.** Trad. Donald Nicholson Smith. Cambridge: Blackwell, 1991.
- MASSEY, Doreen. **Pelo Espaço:** Uma nova política da espacialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.
- MEDEIROS, Macello S. **O Lugar na Comunicação:** Um estudo sobre a Comunicação Locativa em Zonas Bluetooth. Tese de Doutorado. Salvador: UFBA, 2011.

PLATÃO. **Timeu-Critias** - O Segundo Alcebiades - Hippias Menor. Trad. Carlos Alberto Nunes. 3a Ed. Belém: EDUFPA, 2001.

RELPH, Edward. **Place and Placelessness**. London: Pion, 1976

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço**. 4ª ed. São Paulo: EDUSP, 2004.

SHIELDS, R. **Images of Spaces and Places: a comparative study**. Tese de Doutorado defendida em Estudos Urbanos e Regionais. Universidade de Sussex, 1988.

TUAN, Yi-Fu. **Space and Place. The perspective of experience**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1977.

_____. **Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values**. New York: Columbia University Press, 1974.