

UNIVERSIDADE DE LISBOA

FACULDADE DE LETRAS

ÁREA DE LITERATURAS, ARTES E CULTURAS



**COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS SEMIÓTICAS NOS NÃO-LUGARES**

Ruben David da Gama Martins Caldeira

MESTRADO EM CULTURA E COMUNICAÇÃO

2013

UNIVERSIDADE DE LISBOA

FACULDADE DE LETRAS

ÁREA DE LITERATURAS, ARTES E CULTURAS



**COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS SEMIÓTICAS NOS NÃO-LUGARES**

Ruben David da Gama Martins Caldeira

Tese orientada pelo Professor Doutor Carlos A. M. Gouveia

MESTRADO EM CULTURA E COMUNICAÇÃO

2013



## Comunicação e Práticas Semióticas nos Não-lugares

© Ruben David da Gama Martins Caldeira, Faculdade de Letras de Lisboa, Universidade de Lisboa, 2013

A Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa e a Universidade de Lisboa têm licença não exclusiva para arquivar e tornar acessível, nomeadamente através do seu repositório institucional, esta dissertação, no todo ou em parte, em suporte digital, para acesso mundial. A Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa e a Universidade de Lisboa estão autorizadas a arquivar e, sem alterar o conteúdo, converter a dissertação entregue, para qualquer formato de ficheiro, meio ou suporte, nomeadamente através da sua digitalização, para efeitos de preservação e acesso.



*À minha mãe. Por tudo. Incondicionalmente.*



## AGRADECIMENTOS

Um especial agradecimento ao meu orientador, Professor Doutor Carlos Gouveia, pela segurança e incentivo nos momentos de menor lucidez, pela disponibilidade e conselhos sempre oportunos e, acima de tudo, pelo respeito e compreensão demonstrados ao longo de todo este processo. Espero não tê-lo desapontado.

Agradeço, igualmente, a Paula Simons, “por motivos” (entenda-se, pelo voto de confiança e amizade incondicional). Por tudo, ser-lhe-ei eternamente grato.

Um último agradecimento a todos os que tornaram esta etapa da minha vida mais alegre e menos solitária, pelas incontáveis quartas-feiras e pelo apoio prestado. Família e amigos: os melhores exemplos de mestres.



## RESUMO

Este trabalho tem como principal objectivo analisar a comunicação e as práticas semióticas levadas a cabo nos espaços públicos designados por Augé como não-lugares. Caracterizados como espaços por natureza não-identitários, não-relacionais e não-históricos, os não-lugares motivam práticas comunicacionais muito distintas quando comparados com outros espaços também de natureza pública. Que diferenças são estas? É, precisamente, o que se pretende apurar ao longo dos quatro capítulos desta tese.

O ponto de partida para esta discussão são as condições de excesso da sobremodernidade, conceito desenvolvido por Augé para definir o período contemporâneo. A sobremodernidade surge, assim, caracterizada pela cultura do excesso, nomeadamente a três níveis: em termos de tempo, espaço e indivíduo. As transformações notadas por Augé em cada uma das dimensões referidas conduzem ao aparecimento de um novo espaço público, em tudo diferente da noção de espaço público herdado da antiguidade. Este novo espaço público é o não-lugar.

Definido por oposição ao lugar, o não-lugar, pelas possibilidades que oferece (transporte, consumo, lazer, comunicação) atrai uma quantidade de indivíduos cada vez maior. Porém, nestes espaços, a distância social vence a proximidade física. Que estratégias comunicacionais são, então, adoptadas pelas entidades que gerem os espaços no sentido de colmatar as falhas resultantes da não-relação do não-lugar? Uma análise após o levantamento de algumas mensagens que circulam nos não-lugares identifica a comunicação visual como uma marca destes espaços.

Atendendo à natureza global dos não-lugares e à diversidade de sujeitos que acolhem, chega-se à conclusão que, nestes espaços, são emitidos, essencialmente, três tipologias de mensagem: mensagens informativas, mensagens prescritivas e mensagens proibitivas. Com o principal objectivo de uniformizar os comportamentos, verifica-se, como recurso constante, o uso da linguagem icónica na transmissão destas mensagens. A linguagem verbal tende a ficar em segundo plano, como complemento da comunicação visual, sendo fortemente determinada pelo inglês enquanto língua global de comunicação.

### **PALAVRAS-CHAVE:**

Não-lugares, Espaço público, Comunicação visual, Sinalética, Língua global



## **ABSTRACT**

*Non-places are defined as spaces where there is no identity, personal relations nor history. As a consequence, there may be identified several communicative practices which differ from other public spaces. The main purpose of this study is precisely the analysis of communication and semiotic practices in non-places, as put forward by Augé, in order to answer the question “What are the main differences between non-places and others public spaces in terms of communication?”.*

*For a start, we will focus on the concept of supermodernity and its three dimensions of excess in accordance with Augé’s perspective. In fact, supermodernity is defined by a culture of excess projected through three dimensions: time, space and people. The changes noted by Augé in each of these dimensions perform a new type, perception and usage of public space: the non-place.*

*After establishing the theoretical and conceptual framework and, particularly, the change of paradigm we move forward and analyze the non-place per se and in opposition to the concept of place. A non-place attracts an increasing number of people due to its special features such as transportation, consumption, leisure, and communication. However, and despite the fact that people are physically closer to each other, social distance is striking. The non-relational aspect of non-places leads to another question: What strategies are developed to fill the relational gaps?*

*Further to the analysis of a sample of messages selected in non-places, it seems safe to argue that visual communication is the key in such spaces. In fact, considering non-places as spaces of diversity we conclude that the communication is established through three main types of messages: informational messages, prescriptive messages and forbidding messages.*

*In the end, we conclude that, in the context of globalization, the iconic language is used in the transmission of messages envisaging the standardizing behaviors. Images are, thus, crucial to represent reality. As a result, non-places use visual communication as an alternative or complement to verbal language (strongly influenced by the English as a global language).*

### **KEY-WORDS:**

*Non-places, Public space, Visual communication, Signage, Global language*



## ÍNDICE

INTRODUÇÃO	3
1. OS TEMPOS SOBREMÓDERNOS	7
1.1 A cidade como condição humana	11
1.2 A sobremodernidade e os seus excessos	17
2. DO LUGAR AO NÃO-LUGAR	23
2.1 Um novo espaço público feito de não-lugares	27
3. A LINGUAGEM DOS NÃO-LUGARES	41
3.1 Inglês: uma língua comum em lugares comuns	45
3.2 O mundo representado	50
3.3 A sinalética como guia	56
4. OS NÃO-LUGARES E AS SUAS INSTRUÇÕES	61
4.1 Mensagens informativas	64
4.2 Mensagens prescritivas	72
4.3 Mensagens proibitivas	78
CONCLUSÃO	83
REFERÊNCIAS	89



[...]

Todos os dias é um vai-e-vem  
A vida se repete na estação  
Tem gente que chega pra ficar  
Tem gente que vai pra nunca mais  
Tem gente que vem e quer voltar  
Tem gente que vai e quer ficar  
Tem gente que veio só olhar  
Tem gente a sorrir e a chorar

E assim, chegar e partir  
São só dois lados  
Da mesma viagem  
O trem que chega  
É o mesmo trem da partida  
A hora do encontro  
É também de despedida  
A plataforma dessa estação  
É a vida desse meu lugar  
É a vida desse meu lugar  
É a vida

MILTON NASCIMENTO, *Encontros e Despedidas*.



## **INTRODUÇÃO**



A tese que aqui se apresenta tem como principal objectivo problematizar o conceito de *não-lugar* proposto por Augé (1992), atentando, sobretudo, nas práticas comunicacionais/semióticas que motiva em função da sua suposta natureza não-relacional. Mais do que uma caracterização dos não-lugares, procura-se uma caracterização dos processos comunicacionais presentes nos não-lugares, a partir das seguintes perguntas de investigação: que tipo de linguagem impera nos não-lugares? Que processos semióticos estão implícitos nas mensagens emitidas nos não-lugares? Como se estabelece a comunicação nos não-lugares? As respostas a estas questões dão o mote ao presente trabalho e ajudam a estruturá-lo na sua especificidade.

Partindo das condições apontadas por Augé para a constituição do não-lugar, procura-se demonstrar que a natureza transitória destes espaços propicia um tipo de comunicação assente em formas de fácil veiculação de sentido, nomeadamente, através da linguagem icónica. Deste pressuposto resulta uma análise à incidência da sinalética, e da multimodalidade em geral, como linguagem predominante nos não-lugares. No que concerne à linguagem verbal, propõe-se que esta, quando existe, na maioria dos casos surge como complemento das formas visuais, sendo fortemente determinada pelo inglês enquanto língua de comunicação internacional.

Para este efeito, a tese está organizada em quatro capítulos, antecidos pela presente introdução e seguidos de uma conclusão. Nos três primeiros capítulos, apresenta-se o enquadramento necessário para contextualizar a análise de algumas mensagens recolhidas nos principais não-lugares em referência na dissertação: a saber, a generalidade dos meios de transporte e espaços afectos do Metropolitano de Lisboa, do Aeroporto Internacional de Lisboa, da Carris e dos Comboios de Portugal, bem como os espaços de consumo e de lazer de que são exemplo, respectivamente, os hipermercados Continente e os centros comerciais Colombo e Vasco da Gama. Consideram-se, ainda, outras estruturas de aspecto transitório como os elevadores e alguns trechos de autoestradas.

Detalhadamente, no primeiro capítulo estabelece-se o quadro teórico fundamental à exploração do conceito de não-lugar, caracterizando, de um modo geral, as sociedades contemporâneas, marcadas por profundas alterações resultantes da diluição das fronteiras entre as esferas pública e privada. Numa época de crescente urbanização, dá-se conta, neste ponto, das mudanças estruturais das cidades, nos finais do século XX e ao longo de todo o século XXI, e das suas principais consequência ao nível das dinâmicas sociais. É aqui que se apresenta o período identificado por Augé como *sobremodernidade* para designar a

contemporaneidade, e as três figuras do excesso que a determinam: excesso de tempo, excesso de espaço e excesso de indivíduos. A consequência é a emergência de um novo espaço público, cada vez mais, marcado pela fragilidade dos laços, pelo anonimato e pela contractualidade das relações, a que Augé chama não-lugar.

Uma vez apresentada a sobremodernidade, abre-se espaço para a identificação e descrição geral do conceito central desta tese: o não-lugar. Segue-se, então, no segundo capítulo, a distinção entre o lugar, no seu sentido antropológico, e o não-lugar. Por natureza identitário, relacional e histórico, o lugar distingue-se do não-lugar pelo seu carácter simbólico. O lugar é um local de reconhecimento social, onde a história mantém unidos aqueles que nele se inscrevem. Por esta razão, vinga a solidariedade entre sujeitos perfeitamente identificados. Já no não-lugar a história é posta de lado, interessando, apenas, aos seus utentes o momento presente e as condições mínimas que permitam alcançar os fins pelos quais ali se encontram. A não-identidade coloca uma grande quantidade de estranhos em situações de grande proximidade física, prevalecendo, no entanto, a distância social.

Apesar da não-relação, verifica-se uma certa uniformidade nos modos de proceder que torna as acções dentro destes espaços expectáveis. Enquanto espaços de fluxos, os não-lugares implicam um tipo de comunicação muito próprio capaz de afectar as diferentes individualidades que neles circulam. No capítulo 3, identifica-se o modo visual como aquele que melhor cumpre a função comunicativa da linguagem nos não-lugares, contribuindo para a uniformização referida. Pelas suas características, uma imagem é passível de uma leitura imediata e supõe, igualmente, respostas adequadas mais imediatas. Explora-se, por isso, neste capítulo a noção de representação, mais concretamente, a de representação visual. Por outro lado, pelas possibilidades que oferecem a nível de consumo, de comunicação e de transportes, por exemplo, os não-lugares são, normalmente, frequentados por muitos estrangeiros. Do mesmo modo, espera-se destes visitantes um comportamento adequado, pelo que se verifica uma forte incidência da língua inglesa em espaços com estas características. O binómio língua inglesa/não-lugares parece, assim, em muitos casos, dar conta de uma relação identitária que passa pela especificidade da língua inglesa enquanto instrumento de comunicação preferencial em situações multilingues de comunicação. A centralidade da língua inglesa nos dias de hoje é um ponto assente. Nos não-lugares a sua presença é indispensável e legitimada pelo triunfo da globalização que generaliza, à escala planetária, as possibilidades de consumo, comunicação e circulação de pessoas e bens. O inglês é, na verdade, não só uma língua global, mas como aqui se propõe, a língua dos espaços globais, sendo os não-lugares a melhor referência. Portanto, se por um lado se apresenta o não-lugar

como um espaço não-identitário, por outro lado, ao dar-se conta do inglês como aspecto identitário dos não-lugares, reconhece-se um dos pontos susceptível de actualização na teorização de Augé.

Após o levantamento de algumas mensagens difundidas nos não-lugares, constata-se, no último capítulo, que a maioria reforça a uniformização das condutas individuais. Desta análise, resultam três tipologias de mensagens: as mensagens informativas, as mensagens prescritivas e as mensagens proibitivas. Em traços gerais, consideram-se mensagens informativas, aquelas que fornecem informações gerais e descritivas sobre os espaços em questão. Já as mensagens prescritivas são todas as que, de forma directa, indicam acções aos transeuntes, sob a forma de recomendações. Por último, entendem-se como proibitivas as mensagens que, expressamente, restringem, de algum modo, a acção dos utentes.

Espera-se, no final desta tese, responder às questões lançadas inicialmente, estabelecendo, assim, o quadro comunicacional dos não-lugares.



## **CAPÍTULO 1**

### **OS TEMPOS SOBREMERNOS**



Não se trata já de saber para onde vamos mas sim de perceber onde estamos: a “impossível viagem” quando o lugar não existe, quando o espaço é indefinido, quando o passado se confunde com o presente e o futuro.

MARC AUGÉ, *Não-lugares*

Por muito que se recue no tempo, a história de qualquer povo confunde-se com a do seu território. Esta é uma ideia banal em qualquer concepção teórica que procure traçar a génese dos tempos modernos. Da geografia à antropologia, passando pela arquitectura, o urbanismo, a filosofia ou, ainda, a ciência política, são muitas as perspectivas que dão destaque à estreita relação entre o indivíduo e o espaço que este habita. Enquanto ser social, o sujeito surge, desde sempre, ancorado a um *espaço* e a um *tempo*, pelo que reflectir sobre sociedades implica, entre outros aspectos, considerar o espaço como lugar de inscrição social, de convivialidade e da condição humana, em geral.

Numa época em que a globalização destrói fronteiras, reduz tempos e distâncias, as sociedades transformam-se, assentando em novas noções de tempo e espaço: o tempo, vivido intensamente, parece correr a uma maior velocidade, enquanto o espaço estende-se e fragmenta-se. As constantes mutações a que o mundo está sujeito impõem, como argumento recorrente, um olhar renovado a todo o instante, infligindo sérias dificuldades aos teóricos da contemporaneidade.

Apesar de comum, o período que se atravessa presta-se a múltiplas interpretações e uma definição consensual parece, para já, inglória. Pós-tradicionalidade (Giddens 1994), Pós-modernidade (Bauman 2000), Hipermodernidade (Lipovetsky 2004) e Sobremodernidade (Augé 1992), são alguns dos conceitos que procuram dar conta da realidade actual. Os diferentes pontos de vista cruzam-se na constatação da aceleração de um conjunto de factores que aproximam, cada vez mais, a condição humana da condição urbana (Pereira 2011). Neste sentido, encarar o sujeito na contemporaneidade implica considerá-lo na sua relação com a cidade e com as estruturas urbanas. A interligação dos modos de vida humano e urbano confirma-se pelo número de pessoas que vive, actualmente, em cidades.

Segundo a *Carta Mundial pelo Direito à Cidade* (2005, 1), metade da população mundial habita em espaços urbanos e as previsões indicam que “em 2050 a taxa de urbanização no mundo chegará a 65%”. Mais adiante, na mesma carta, pode ler-se que “o modo de vida urbano interfere directamente sobre o modo como estabelecemos vínculos com

os nossos semelhantes e com o território”, pelo que não contemplar, de algum modo, a cidade nos temas da actualidade significa rejeitar uma das suas principais forças motrizes.

É na cidade moderna que se vê emergir um novo espaço público marcado por profundas alterações, resultantes da diluição das fronteiras entre as esferas pública e privada. Determinados pela figura do excesso – pessoas, consumo, informação –, estes novos espaços públicos, onde estranhos se encontram e onde se cruzam o público e o privado, revelam novas formas de habitar e ocupar o mundo. As vivências dos espaços contemporâneos passam, cada vez mais, pela transitoriedade, pelo anonimato, pela contratualidade dos laços e pela ausência de memória histórica. É neste contexto que Augé (1992) apresenta o *não-lugar* como um novo espaço público, consequência da sobremodernidade e dos seus excessos. Não há como ignorá-los, pois elevam-se como a marca do final do século XX e início do século XXI, determinando novas práticas de interacção social e, por conseguinte, comunicacionais. É esta a razão que leva a adoptar o não-lugar como conceito central desta tese.

Face ao exposto, estabelece-se, neste capítulo, o enquadramento teórico necessário à exploração do conceito de não-lugar – a desenvolver mais detalhadamente no próximo capítulo. Com efeito, começa-se por estabelecer algumas considerações sobre o período contemporâneo, apenas para dar conta da relação de dependência entre o sujeito e o espaço – concretamente, o urbano. Uma vez apresentada a cidade como a protagonista deste século, atenta-se na mobilidade como factor estruturante do espaço e da sociedade, indispensável à urbanização, para, de seguida, relacioná-la com a autonomia conferida aos indivíduos. Uma maior liberdade de acção dos sujeitos motiva o aparecimento de figuras como o *estrangeiro* (Simmel 1989), o *flâneur* (Benjamin 1982, a partir de Baudelaire) ou, ainda, o *turista* e o *viajante*. Todos estes, apesar das especificidades, têm em comum o facto de deambularem pela cidade, entre estranhos, apreciando o conforto que a solidão lhes oferece. O individualismo exacerbado é, então, apontado para dar conta de uma das três figuras do excesso que, segundo Augé (1992, 55), estão na base da situação de sobremodernidade. À “individualização das referências” junta-se, assim, a aceleração da história e a expansão do espaço, e estão reunidas as condições que levam ao aparecimento do não-lugar.

Caracterizado por oposição ao “lugar antropológico” (Augé 1992, 57-95), o não-lugar distingue-se pela ausência de relações – ou, pelo menos, daquelas fundadas na solidariedade – e pelos cortes com a história e a identidade, motivados pela presença provisória dos seus utilizadores.

## 1.1 A CIDADE COMO CONDIÇÃO HUMANA

Num texto intitulado *Des Espaces Autres* – base de uma palestra de 1967 e publicado, postumamente, na revista francesa *Architecture-Mouvement-Continuité* (1984) –, Foucault (1986, 22) apresenta o século XX da seguinte maneira: “The present epoch will perhaps be above all the epoch of space. We are in the epoch of simultaneity: we are in the epoch of juxtaposition, the epoch of the near and far, of the side-by-side, of the dispersed”. Quase 50 anos depois, a descrição não pode ser mais actual, podendo, inclusivamente, tomar-se as ideias de simultaneidade, justaposição, proximidade e distância, lançadas por Foucault nessa época, para caracterizar a cidade do século XXI.

Enquanto espaço de acção humana, a cidade é, desde há muito, um espaço de contrastes: ora sinónimo de civilização, de democracia, de inovação, de oportunidades e de bem-estar social; ora sinónimo de exclusão, de desemprego, de solidão, de insegurança e de degradação. No entanto, em qualquer que seja a perspectiva, a identidade entre a história das cidades e a história da humanidade é, quase sempre, um ponto consensual.

Entre outras razões, as cidades ficam na história por serem palcos de conflitos – Lisboa, pelo cerco (1147), Paris, pela tomada da Bastilha (1789), Estalinegrado, pela batalha (1942-1943) –, por acolherem competições desportivas como os jogos olímpicos, pelas catástrofes que as arrasam – Hiroshima, pela bomba atómica (1945), Chernobyl, pelo desastre nuclear (1986), *Port-au-Prince*, pelo sismo (2010), Sendai, pelo sismo e *tsunami* (2011) –, pela associação a figuras marcantes – *Liverpool*, associada à banda de *rock* britânica *The Beatles*, Jerusalém, cidade onde nasceu Jesus Cristo, Amsterdão, pelo esconderijo de Anne Frank –, pelos seus monumentos mundialmente reconhecidos – Londres, pelo relógio *Big Ben*, Rio de Janeiro, pelo Cristo Redentor, Nova Iorque, pela estátua da liberdade, Gizé, pelas pirâmides –, por eventos políticos – Versalhes e Maastricht, pelos tratados (1919; 1992), Reiquiavique, pela cimeira (1986) – ou, ainda, pela citação em obras de arte, em canções e outros.

Os exemplos são vários e servem apenas para mostrar que, nem sempre pelas melhores razões, as cidades acabam por se tornar sinónimos de mudança. Em termos semânticos e sociológicos, *mudança* e *evolução* remetem para sentidos distintos. Se, num campo mais restrito, a mudança não pressupõe, forçosamente, a evolução, num campo mais alargado, não há evolução sem mudança. Um processo evolutivo subentende a superação da estática e, logo,

implica a mudança em algum nível. Deste modo, enquanto espaços de mudança, as cidades desempenham um papel fundamental na evolução de qualquer sociedade.

Como Fonseca Ferreira (2007, 17) observa,

A tendência para a urbanização generalizada é, nos nossos dias, um fenómeno universal. Um movimento resultante de duas tendências com ritmos crescentes: a progressiva concentração das populações nas cidades e aglomerações urbanas; e a difusão dos valores e consumos urbanos nos territórios rurais.

Falar de urbanização implica, como se percebe, falar de mobilidade, sobretudo no que toca à circulação de informação e de indivíduos. É sem qualquer resistência que, hoje, se assume a função mediadora dos meios de comunicação social, responsáveis pela imagem que a generalidade das pessoas tem da realidade. Ao uniformizarem as opiniões, os média fabricam “um mundo em segunda mão” que apenas será compreendido se se tiver em consideração a forma como estes organizam e constroem o real. Não se limitando a fornecer informação, os diferentes meios de comunicação moldam os pensamentos e as acções dos sujeitos ao indicarem, de forma mais ou menos explícita, o que fazer com essa informação. Desta perspectiva, o mundo é “um sistema de informação integrado” e o sujeito que não conheça os seus meios de comunicação – e a informação que estes difundem –, dificilmente, conseguirá orientar-se (Innerarity 2010, 89-91).

Por outro lado, o processo de urbanização sai facilitado com o desenvolvimento da rede de transportes, que torna possível percorrer as mesmas distâncias num curto período de tempo, criando a ilusão de redução do espaço. Tal facto acarreta profundas alterações nos “comportamentos individuais e colectivos – mudanças com evidentes consequências nas estruturas espaciais e funcionais das cidades e do território” (Fonseca Ferreira 2007, 17). Com a mobilidade facilitada, verifica-se o aumento do fluxo migratório das populações que passam a trabalhar na cidade, mas a habitar na periferia, contribuindo para uma nova concepção do espaço. As mudanças ao nível da estrutura física das cidades resultam na multiplicação dos espaços e, conseqüentemente, na fragmentação e descentralização das actividades tipicamente associadas ao espaço urbano. O antigo centro da cidade uniformizador, onde se concentravam o poder, a população, o trabalho e o comércio, assume-se, cada vez mais, como centro histórico, tornando-se ponto de passagem para uma quantidade infindável de estranhos, muitos dos quais viajantes e turistas, que o visitam como “objecto de nostalgia” (Innerarity 2010, 131). Se, por um lado, as periferias das cidades são reabilitadas com a transferência de populações e órgãos de poder que ali se instauram, por outro lado, a cidade surge como um

espaço comum feito de estranhos, que põe em relação o público e o privado, mas onde a distância social prevalece à proximidade física daqueles que nela transitam.

Numa época de constantes mudanças, transformam-se também os espaços público e privado, sendo cada vez mais ténues as fronteiras que os separam. Em pleno século XXI, encarar a esfera pública como sùmula das esferas privadas ou encontrar na esfera privada os padrões estabelecidos na esfera pública, não só deixou de ser uma ideia pacífica como já não faz qualquer sentido. A tendência é, exactamente, a inversa, falando-se já de uma crescente “*privatização do público*” e da proporcional “*politização do privado*” (Innerarity 2010, 29-39). O que, por um lado, parece sugerir uma simples inversão – o que é público torna-se privado, enquanto o privado passa a ser testemunhável – na verdade, dá conta de um fenómeno que marca toda a contemporaneidade: a invasão da vida pública pelo espectáculo da intimidade. Portanto, quando aqui se refere a privatização do espaço público, esta não deve ser entendida, literalmente, como a acção de privatizar as estruturas públicas, mas, ao invés, chamar a atenção para um conjunto de características do espaço privado de outrora que, hoje, definem o espaço público.

O espaço público torna-se, assim, mais íntimo, no sentido em que, nele, se expõem as vidas privadas e se personificam os acontecimentos e os temas de interesse público. Este processo de personalização observa-se, por exemplo, no domínio da política: salvaguardando as excepções, vota-se em pessoas mais do que em propostas de governação ou segue-se o partido A ou B, não por razões ideológicas, mas porque se simpatiza com o fulano ou o sicrano que defende tal bandeira. Do mesmo modo, o perverso interesse pela vida dos outros molda a agenda dos média, parecendo que tudo se resume a questões pessoais. Pense-se na quantidade de celebridades instantâneas que, de tempos a tempos, são catapultadas para a ribalta e que, da mesma maneira que ditam padrões de comportamento, no instante seguinte são esquecidas e substituídas por novas celebridades, também elas com o seu tempo de vida útil.

Como se disse, ao mesmo tempo que se privatiza o público, politiza-se o privado. Dado o destaque do privado na esfera pública, alguns dos assuntos mais pessoais – condutas religiosa, sexual, identitária – irrompem o espaço público, revestindo-se de interesse político. É então que, sem qualquer pudor, uns julgam e discutem, publicamente, os assuntos com implicação directa nas vidas privadas de outros, assumindo que os problemas privados determinam os problemas públicos. O contrário também se verifica: tratam-se “em termos de sentimentos pessoais os assuntos públicos, que somente poderiam ser adequadamente tratados por meio de códigos de significação impessoal” (Sennett 1988, 18). Assim sendo, se, de

repente, o público se imiscui no privado, e o privado assume protagonismo no espaço público, é com alguma dificuldade que se separa uma esfera da outra. A “falta de tensão” entre os dois domínios leva a identificar, não duas esferas, mas, como aponta Innerarity (2010, 31), “uma esfera íntima total que, por ser total, não é íntima no sentido tradicional e que, por estar fortemente personalizada, não configura um espaço propriamente público”. Em consequência, dizem os mais críticos, morre o verdadeiro espaço público – ou, pelo menos, o ideal do bem-comum herdado da antiguidade.

Defnida como o lugar por excelência da convivência humana, a cidade encontra-se, intrinsecamente, ligada à ideia de espaço público, enquanto espaço cívico da vida e do bem comuns. No entanto, como se tem vindo a mostrar, o espaço público tal como se apresenta nos dias de hoje, já nada tem que ver com a ágora grega de outros tempos. A cidade de outrora, lugar de encontro e partilha entre culturas, entre o *nós* e o *outro*, tende a desaparecer e a acentuar os desequilíbrios entre os campos individual e social. Neste sentido, também o espaço público que promovia a vida colectiva fragmenta-se, isto é, deixa de existir enquanto centro uniformizador e já não serve de referência à conduta individual.

Neste quadro, torna-se difícil gerir comportamentos e fazer valer as normas sociais, uma vez que o sujeito moderno, cada vez mais centrado em si e cada vez mais crítico, passa a dirigir-se ao espaço público quase só por razões utilitaristas ou para depositar neste o seu cepticismo, as suas instabilidades, os seus medos e as suas ansiedades. Se os laços entre a vida privada e a vida social se desfazem, o sujeito na sua condição urbana desenraiza-se e, ao mesmo tempo que já não se reconhece em lugar algum, assume a pluralidade como o seu modo de ser. Perde-se de vista o bem comum a favor das “tiránias da intimidade” (Sennett 1977).

Segundo Sennett (1988, 16), “o eu de cada pessoa tornou-se o seu próprio fardo; conhecer-se a si mesmo tornou-se antes uma finalidade do que um meio através do qual se conhece o mundo”. Vive-se, por isso, na “era do indivíduo” (Renaut 1989), onde cada um age por si e nada força a ser-se idêntico, a não ser na indiferença e na distância para com os outros. Contudo, como se viu com o exemplo dos pseudofamosos, isto é assim apenas a um certo nível. A natureza paradoxal dos tempos modernos, ao mesmo tempo que aumenta a autonomia dos indivíduos e reforça a individualidade, aumenta também a dependência de padrões que, por sua vez, homogeneíza os comportamentos. Portanto, se por um lado, o indivíduo se crê livre de influências, na verdade, este acaba por ser apenas mais um numa linha de montagem de um só molde. Observa-se, assim, que a *individualidade* e a *homogeneidade* são dois extremos que se tocam e se relacionam.

Augé (1992, 116) lembra o aspecto paradoxal das sociedades modernas quando, por um lado, dá conta do aparecimento de um sujeito que, desligado dos outros, se perde na multidão – uma “multidão solitária”, como diria Riesman (1950) –; e, por outro lado, reconhece uma maior independência que favorece o aparecimento de novas figuras do indivíduo. Do *flâneur* ao estrangeiro, do estranho ao deambulante, são várias as conceptualizações possíveis que dão conta da condição do sujeito moderno. Como se adiantou, apesar das diferenças em resultado das perspectivas de cada autor, todas estas personagens são, em alguma medida, inadptados sociais, numa época em que o passado já não serve de exemplo e o futuro é uma realidade longínqua. Com o passado e o futuro desacreditados, o presente torna-se o único ponto de apoio satisfatório para o espírito, que deve, por isso, ser vivido em toda a sua plenitude.

Desta forma, mais do que se construir na relação com o outro, cada indivíduo actua no sentido de preservar os interesses pessoais, fazendo valer a subjectivação do gosto. Mais do que nunca, é a felicidade pessoal que motiva o comportamento do homem, e esta já não se rege pelos valores tradicionais. Pelo contrário, exalta-se o novo e impõe-se o individual sobre o colectivo, imperando a lógica da moda e os seus códigos extremamente flutuantes, sendo que, mais uma vez, a lógica da moda, funcionando por diferenciação, contribui, também, para a uniformização. É-se diferente, individual, distinto, mas ao mesmo tempo colectivo, porque não há nada de individual na moda. A sedução, o efémero e a diferenciação estão na ordem do dia e estimulam o comportamento dos indivíduos que, deste modo, caminham, como referido, para um “processo de personalização”:

É assim que opera o processo de personalização, novo modo de a sociedade se organizar e se orientar, novo modo de gerir os comportamentos, já não através da tirania dos pormenores, mas com o mínimo possível de coacção e o máximo possível de opções, com o mínimo de austeridade e o máximo de desejo, com o mínimo de constrangimento e o máximo de compreensão.

(Lipovetsky 1989, 8)

Tamanha idependência atribui ao indivíduo uma maior responsabilidade pois, uma vez desvinculado da esfera social, nada o obriga a acatar os limites que a comunidade lhe impõe, sendo muito subtis as diferenças entre as acções que expressam a liberdade individual e a desordem social. A tradição perde a sua força e, por si só, já não consegue unir as pessoas por solidariedade a um passado com o qual se rompeu. Esta é, talvez, uma das consequências mais evidentes da contemporaneidade.

No cenário que se tem vindo a descrever, dizem os teóricos da pós-modernidade, o homem contemporâneo isola-se na busca de um sentido que se perdeu. Incapaz de se rever em

sociedade, surge, cada vez mais, centrado em si, agindo no sentido de ver satisfeitas as suas necessidades, sem qualquer consideração pelo outro. O outro é-lhe, aliás, como observa Bauman (2007, 56), dispensável:

Nenhum estranho-entre-estranhos necessita efectivamente da presença de qualquer dos outros. A presença de qualquer dos outros é totalmente fortuita, acidental e redundante por referência ao que o sujeito pretende fazer. O fim da presença do próprio sujeito no lugar onde está em nada seria afectado por um lance em que todos os outros presentes desaparecessem ou que fizesse com que nunca ali tivessem estado. É verdade que os outros não são obstáculos (excepto se impuserem um contacto, se recusarem a ser invisíveis e começarem a incomodar toda a gente), mas também não têm qualquer utilidade.

Como se compreende, o isolamento não se dá pela falta de pessoas, mas, pelo contrário, pelo seu excesso. A cidade, e a experiência moderna em geral, promovem as mais variadas formas de coexistência, no entanto, a partilha e a solidariedade social dão lugar à realização individual, movida pelo amor-próprio e pelo egoísmo.

Na sequência da passagem supracitada, Bauman (2007, 60-66) resume a condição moderna em três principais formas de coexistência: “existir-ao lado”, “existir-com” e “existir-para”. À excepção do “existir-para”, que admite um estado de coexistência “*completa e contínua*” consciente entre o *eu* e o *outro*, estas formas assentam na fragilidade dos laços humanos. No primeiro caso, os contactos são esporádicos e passageiros, não resultando daí qualquer consequência. Mesmo em situações de grande proximidade física, as pessoas não dão pela presença das outras ou, como esclarece Bauman, olham-se “de lado”, sem atribuir importância aos restantes. Tratam-se de relações não obrigatórias que, quando acontecem, dão-se em função da natureza confluyente de alguns espaços, não gerando qualquer história. No caso do “existir-com”, estão em causa as relações oportunistas. Tendo consciência de que o outro pode ser-lhe útil em algumas circunstâncias, cada indivíduo empenha-se, apenas, o suficiente e o esperado para conseguir o pretendido. Do outro lado, verifica-se o mesmo. Ninguém dá ou espera mais, nessa situação, senão o que já se convencionou como o normal, sendo que, mais uma vez, a relação se esgota nas pessoas e no momento único do encontro. Por esta razão, Bauman considera-o um “*semi-encontro*”.

Contrariamente ao espaço rural, onde a afectividade promove relações de grande solidariedade, na cidade reina o individualismo na maior parte das formas de coexistência. Contudo, o desejo de isolamento de forma alguma apaga a presença dos outros. Acima das diferentes estratégias que visam neutralizar a presença do próximo está o claro reconhecimento de que “viver numa cidade significa viver em companhia, em companhia de estranhos” (Bauman 2006, 71).

Reune-se, assim, uma “comunidade de estranhos” onde vinga a individualidade de cada um, apesar da homogeneização dos modos de proceder. É, exactamente, por reconhecer a centralidade do indivíduo nas sociedades ocidentais que Augé (1992, 50) nomeia o “ego” como uma das três figuras do excesso que conduzem à sobremodernidade. De modo a entender-se o que aqui se propõe, de seguida enquadra-se o indivíduo no contexto da sobremodernidade lançada por Augé para designar os tempos que correm.

## 1.2 A SOBREMÓDERNIDADE E OS SEUS EXCESSOS

Como se começou por referir, as discussões em torno do período contemporâneo têm originado diferentes concepções teóricas que, na prática, não são mais do que tentativas de tornar inteligível uma época susceptível de múltiplas leituras. Em qualquer que seja a proposta, uma certeza existe: que a realidade moderna, tal como se apresenta hoje, já nada tem que ver com a idade moderna instituída no século XV e que se prolongou até meados do século XVIII. Constantes avanços conduzem a constantes reajustes das teorias, e uma actualização da modernidade acaba por sugerir a pós-modernidade como novo paradigma. Contudo, também a pós-modernidade parece já obsoleta pela forma vertiginosa como se vive, abrindo espaço a outras propostas com principal enfoque na cultura do excesso.

Não sendo objectivo deste trabalho favorecer nenhuma das correntes dadas, dispensam-se, propositadamente, mais desenvolvimentos sobre cada uma delas, propondo-se, ao invés, o enquadramento do não-lugar, conceito central desta dissertação. Neste sentido, e no seguimento dos excessos dos tempos modernos, surge a sobremodernidade proposta por Augé (1992).

Em *Le sens des autres – Actualité de l’anthropologie* (1994a, 163), Augé afirma:

la surmodernité apparaît quand l’histoire devient actualité, l’espace image et l’individu regard. Par opposition à une postmodernité conçue comme addition arbitraire de traits aléatoires, la surmodernité relèverait de trois figures de l’excès.

Tal como Augé esclarece, na sobremodernidade reina a figura do excesso, ou não fosse esta, mais do que um corte radical com o período moderno, aquilo que o ultrapassa. O excesso que caracteriza a sobremodernidade verifica-se, sobretudo, a três níveis: em termos de tempo, espaço e indivíduo. Concretamente, a história acelera, o espaço estreita e o indivíduo, isolado dos seus pares, toma-se como única referência na análise que faz da realidade (Augé 1994b, 157).

No início deste capítulo, consideraram-se as dimensões espaço e tempo como estruturantes de qualquer sociedade. Enquanto construções culturais, estas dimensões são indissociáveis do campo social e exercem uma forte influência nos modos de vida de qualquer comunidade. Se, por um lado, a relação entre indivíduo, espaço e tempo assume contornos paradoxais – o sujeito, ao mesmo tempo que cria estas categorias, é influenciado por elas –, por outro lado, da sua análise resultaram, quase sempre, fortes contributos que permitiram um conhecimento mais aprofundado das sociedades em questão, nas mais variadas épocas. Nesta linha de raciocínio, também Augé observa que as grandes mudanças sociais estão relacionadas com as alterações que, de tempos a tempos, ocorrem em qualquer um dos campos apontados – tempo, espaço e indivíduo. Assim, como se de uma operação matemática se tratasse, Augé apresenta a sobremodernidade como o resultado da multiplicação de acontecimentos, espaços e referências.

Trazendo para análise a variável temporal, na perspectiva de Augé (1992, 55), os tempos mudaram e esta mudança não se deu apenas em termos cronológicos, mas, acima de tudo, em termos de percepção e uso. Vive-se mais e cada vez mais rápido – é nisto que consiste a aceleração da história. O resultado é uma “superabundância de acontecimentos” num mesmo período de tempo. A coexistência anteriormente referida aplica-se, então, pelo que se percebe, tanto às pessoas como aos acontecimentos. Como o autor clarifica, a questão não reside só na quantidade de acontecimentos, mas também na capacidade que estes têm de se tornar tesmunnáveis. Neste ponto, mais uma vez, é de notar o papel dos média na circulação de informação além fronteiras, e o desenvolvimento da estrutura física das próprias cidades, como resultado da segunda figura do excesso – o espaço –, a tratar já de seguida. Se, em tempos idos, uma catástrofe como o terramoto de Lisboa, em 1755, poderia demorar cerca de duas semanas a chegar a outra capital europeia, hoje, a partir de qualquer parte do mundo, o sujeito torna-se um espectador da vida em directo – pense-se, por exemplo, no embate do avião na segunda torre do *World Trade Center*, em Nova Iorque, aquando do atentado terrorista, a 11 de Setembro de 2001, assistido por milhões de pessoas, directamente das suas casas.

Para quem procura definir o período contemporâneo e responder à questão lançada no início desta parte – *onde estamos?* –, a aceleração da história pode constituir um problema e levantar questões que se prendem, novamente, com a perda de sentido, numa época em que o tempo não é mais “um princípio de inteligibilidade” (Augé 1992, 35). Perante uma actualidade em permanente mudança, o homem contemporâneo torna-se incapaz de notar e assimilar tudo o que o rodeia. Do mesmo modo, a capacidade de catalogar o mundo em

rubricas precisas deixou de ser uma tarefa simples e é revelador daquilo que Augé (1992, 43) chama de “crise de sentido”, em tudo semelhante a períodos históricos anteriores, como o próprio comenta (Augé 1994a, 163):

Si l'histoire nous semble n'avoir pas de sens, c'est qu'elle s'accélère et qu'elle se rapproche. Notre propre passé individuel s'inscrit, à peine vécu, dans l'histoire. Des événements comme ceux que nous vivons chaque jour sont pour quelque chose dans ce sentiment [...] Dans cette surabondance de faits médiatisés qui concernent à la fois notre histoire et celle des autres [...] ils nous est d'autant plus difficile de trouver un fil directeur que c'est le sens de notre vie individuelle qu'elle met simultanément en cause. Nous avons l'histoire aux trousses.

A aceleração dos tempos torna menos evidentes as fronteiras entre o presente e o passado. Sem dar por isso, o sujeito envelhece e, imediatamente, vê a sua história confundir-se com a história cronológica, levando à “crise de sentido” apontada por Augé. Considera-se esta crise, inclusivamente, extensível às restantes categorias, na medida em que esta acarreta mudanças significativas também ao nível do território e das dinâmicas sociais.

Se a superabundância temporal fica caracterizada pela multiplicação de acontecimentos, no que diz respeito ao espaço, é também o seu excesso o ponto central nesta discussão. Sobre este assunto, já muito se disse quando se apresentou a cidade como espaço privilegiado da convivência humana ao longo dos dois últimos séculos. Com efeito, o processo de urbanização apontado como indispensável ao desenvolvimento de uma sociedade resulta, em última instância, no “estreitamento do planeta” (Augé 1992, 44). Aquilo que, à partida, parece indicar um novo paradoxo ao apresentar o estreitamento do planeta como consequência do excesso de espaço, na verdade, configura uma relação lógica entre o território disponível e a sua urbanização. Ou seja, o território é o mesmo, pelo que não se expande nem encolhe. O que muda é o número de pessoas e de estruturas que, de dia para dia, o ocupam. Aumentando a população mundial e as estruturas a ela afectas, encurtam-se as distâncias, gerando a ilusão de estreitamento. Por isso, quando aqui se fala em “excesso de espaço”, este não deve ser associado ao espaço terrestre em si, mas às estruturas físicas onde os sujeitos se movimentam.

Os meios de transporte e de comunicação, como se viu, desempenham um papel fundamental nesta tarefa de tornar o espaço mais curto ou, pelo menos, no incentivo da ilusão. A ilusão, por sua vez, dá-se, não só em relação ao sentimento de redução do espaço, mas também em relação ao conhecimento que se julga ter do mundo, por intermédio dos meios de comunicação social, nomeadamente, sob a forma de imagens. Numa passagem da obra *Non-*

*lieux – Introduction à une Anthropologie de la Surmodernité*, Augé (1992, 44-45) constata o seguinte:

Dans l'intimité de nos demeures, enfin, des images de toutes sortes, relayées par les satellites, captées par les antennes qui herrissent les toits du plus reculé de nos villages, peuvent nous donner une vision instantanée et parfois simultanée d'un événement en train de se produire à l'autre bout de la planète. Nous pressentons bien sûr les effets pervers ou les distorsions possibles d'une information dont les images sont ainsi sélectionnées: non seulement elles peuvent être, comme l'on dit, manipulées, mais l'image [...] exerce une influence, possède une puissance qui excède de loin l'information objective dont elle est porteuse

As imagens “seleccionadas” aqui citadas funcionam como verdadeiras montras do mundo. Ao mencioná-las, Augé abre espaço à discussão a respeito das formas de comunicação privilegiadas no contexto da sobremodernidade. Como se verá mais adiante, no capítulo 3, a imagem, ao representar a realidade nos seus traços de semelhança, surge, nos dias de hoje, como um importante veículo de transmissão de sentido. Comparativamente a outras formas de expressão, a maioria das imagens presta-se a uma leitura imediata, não exigindo do sujeito qualquer esforço para o reconhecimento da informação que transporta. Pelo impacto que geram, servem as mais variadas estratégias comunicacionais, sendo muitas vezes usadas com propósitos manipuladores, na construção de realidades encenadas. Para este trabalho, mais do que atentar no pretensu uso perverso das imagens, interessa focar o seu aspecto prático, sobretudo em espaços onde a relação entre os sujeitos é quase inexistente. De forma sintética, pode-se afirmar que o valor e uso das imagens são proporcionais à impessoalidade dos espaços: quanto maior é a distância entre os sujeitos, mais se generaliza o uso de imagens como agentes de mediação na relação dos sujeitos com os espaços que Augé designou de não-lugares e que se adoptam como objectos de estudo nesta dissertação.

De nada serve falar do papel dos meios de comunicação, se não se tiver em conta o desenvolvimento da técnica para a profusão das imagens. De facto, sem tecnologia seria impensável fazer circular a informação à velocidade que, hoje, já se banalizou como normal. Porém, contrariamente ao que seria de esperar, o desenvolvimento tecnológico levou mais ao isolamento do que à instantaneidade das comunicações. Física e virtualmente, os sujeitos estão mais próximos do que nunca. Todavia, lembre-se, é a distância social que marca os tempos sobremodernos. O sujeito é, na acepção de Augé (1994a, 166), cada vez mais testemunha e espectador das vidas dos outros, e cada vez menos actor social. Assim se fecha o ciclo, retomando a derradeira figura do excesso: o indivíduo.

Uma das principais consequências dos excessos da sobremodernidade é o enfraquecimento das referências colectivas. A subjectivação do óbvio – e dos assuntos, em geral – é a marca destes tempos paradoxais e tende a inviabilizar ideais comuns. São raros os

assuntos que mobilizam e guiam num mesmo sentido um número alargado de pessoas. Fechado em si mesmo, o sujeito vê o mundo à sua maneira. Nas palavras de Augé (1992, 51): “l’individu se veut un monde. Il entend interpréter par et pour lui-même les informations qui lui sont délivrées”. Consciente, ou não, a individualização das referências é generalizada e, como qualquer outra espécie de singularidade, não deixa de ser curiosa, num contexto em que a globalização homogeneiza comportamentos. Sobre isto, diz Augé (1992, 54):

[...] c’est aux faits de singularité qu’il faudrait prêter attention: singularité des objets, singularité des groups ou des appartenances, recombinaison de lieux, singularité de tous ordres qui constituent le contre-point paradoxal des procédures de mise en relation, d’accélération et de délocalisation trop vite réduites et résumées parfois par des expressions telles que «homogénéisation – ou mondialisation – de la culture»

Aumentando a liberdade individual, a sobremodernidade concretiza, desta forma, os ideais iluministas que a modernidade não foi capaz de assegurar. Trata-se, no entanto, de uma liberdade aparente, na medida em que, a todo o momento, é posta à prova pela quantidade de informação com a qual o sujeito se depara no seu dia-a-dia e que, em alguma medida, condiciona o seu percurso. Como se verá no último capítulo desta dissertação, muito raramente o itinerário final é livre de influências externas. Pelo contrário, este tem quase sempre muito mais de recomendado do que de livre escolha.

A temática do individualismo surge com frequência associada às formas de solidão. Perspectivas mais radicais definem o indivíduo da seguinte forma:

[...] alguém solitário, sem realidade e sem os outros; a sua realidade é essencialmente a virtual, uma realidade de natureza intocável porque não permite o contacto, o toque. O contacto é mediado pela informação tecnicamente processada, pertença de uma rede globalmente partilhada numa dimensão impessoal que limita a responsabilidade e a liberdade à possibilidade de acesso à informação e às mercadorias em circulação, reduzindo a liberdade e os direitos do cidadão à «liberdade» do consumidor

(Pereira 2011, 65)

Radicalidades à parte, neste excerto, Pereira reconhece no indivíduo características que, de uma maneira geral, poderiam ser usadas para descrever todo este século. De facto, entre outros aspectos, a solidão, a impessoalidade da comunicação, a não pertença e o consumo dominam os modos de vida contemporâneos e motivam uma nova lógica na vivência dos espaços. Em resultado, adianta Augé (1994b, 157), os espaços de acção humana são cada vez mais aqueles onde têm lugar a “circulação” de pessoas e mercadorias, o “consumo” e a “comunicação”:

Les espaces de la circulation (autoroutes, voies aériennes), de la consommation (grandes surfaces) et de la communication (téléphones, fax, télévision, réseaux câblés) s’étendent

aujourd’hui sur la terre entière: où l’on coexiste ou cohabite sans vivre ensemble, où le statut de consommateur ou de passager solitaire passe par une relation contractuelle avec la société.

Os excessos da sobremodernidade – tempo, espaço e indivíduo – que ao longo deste capítulo se descreveram, resultaram em mudanças consideráveis da estrutura das cidades. Entre o crescimento urbano e o deslocar de populações, Augé dá, sobretudo, destaque à multiplicação dos espaços transitórios a que chama não-lugares.

Considerado um espaço neutro, frequentado por todos sem pertencer, realmente, a alguém, o não-lugar é o exemplo perfeito da situação de sobremodernidade. Nele são notórias as três figuras do excesso: a história resume-se à informação veiculada, normalmente, com uma função prática na relação com o espaço; o espaço estreita-se, colocando em grande proximidade física um conjunto de estranhos que, por razões diversas, aí se cruzam e, em função desta proximidade, o indivíduo isola-se, fazendo valer a sua condição de anónimo aceite como natural e, portanto, raras vezes questionada. A experiência dos não-lugares é diária e constante ao longo da vida. Os serviços que neles se prestam – lazer, transporte, consumo – tornam-nos, dificilmente, evitáveis, sendo o seu número proporcional ao nível desenvolvimento de uma cidade, região ou país.

A fugacidade da vida faz, então, do não-lugar o “lar” dos sujeitos sobremodernos. Se aqui se associa a esfera privada do lar ao não-lugar é apenas para indicar a familiaridade com este tipo de espaços, pois, como se verá no capítulo que se segue, em bom rigor, o carácter simbólico do lar é, exactamente, aquilo que o opõe ao não-lugar. Se, segundo Augé, aquilo que distingue o lugar do não-lugar é a sua natureza identitária, relacional e histórica, todo o espaço que não se defina a partir destes três parâmetros será um não-lugar.

Atraindo, de dia para dia, cada vez mais pessoas, não há como ignorar a centralidade do não-lugar nas sociedades contemporâneas, bem como as práticas comunicacionais que estes promovem em função das suas características. Por este motivo, no capítulo que se segue, apresentam-se e problematizam-se os aspectos não-identitário, não-relacional e não-histórico do não-lugar, por forma a que, no capítulo final, se consiga estabelecer um diagnóstico das práticas comunicacionais que vingam em espaços desta natureza.

## **CAPÍTULO 2**

### **DO LUGAR AO NÃO-LUGAR**



Lá dentro, o tempo não passa; não se envelhece, não se adoce, não se espirra, não se cresce, não subsistem crises. Vigiados, protegidos, afastados dos pobres, dos drogados e dos delinquentes, poderemos viver o sonho de sermos ricos, de consumirmos, de sermos materialmente muito felizes. A «cidade dentro da cidade», os seus vigilantes, as suas câmaras, tomam conta de nós.

MANUEL GRAÇA DIAS, *Manual das Cidades*

Definida a situação de sobremodernidade, apresenta-se, agora, como sua principal consequência, o não-lugar (Augé 1992), que associa a condição do novo espaço público aos lugares de passagem mencionados anteriormente. Na acepção de Augé, o conceito de não-lugar define-se pela sua oposição ao *lugar*, pelo que se impõe, desde logo, a necessidade de distinção entre um conceito e o outro.

Como referido anteriormente, num capítulo da obra *Non-lieux – Introduction à une Anthropologie de la Surmodernité* (Augé 1992, 60), o autor define o “lugar antropológico” como um espaço perfeitamente delimitado “que exprime a identidade do grupo” e que deve ser preservado “contra as ameaças externas e internas para que a linguagem da identidade conserve um sentido”. Atentando nesta primeira definição, dois aspectos saltam à vista a respeito do lugar: ao mesmo tempo que garante a identidade de um grupo, confere-lhe unidade ao tornar-se ponto de referência daqueles que o habitam.

Qualquer estudo antropológico parte da ideia de uma comunidade localizada no espaço e no tempo. É o sentido de pertença de um grupo ao espaço, por um lado, e o reconhecimento objectivo dos seus caracteres essenciais por parte dos visitantes, por outro lado, que caracterizam a essência do lugar. Nas palavras de Augé (1992, 68), o lugar é, ao mesmo tempo, “princípio de sentido para os que o habitam e princípio de inteligibilidade para aquele que o observa”. Nele impera a afectividade nas relações e a necessidade de afirmar e simbolizar a identidade, seja dentro de um mesmo grupo, como forma de reforço, por comparação a outro grupo, como forma de diferença ou, ainda, individualmente, destacando aquilo que torna um grupo ou indivíduo únicos. O lugar é, assim, por natureza identitário e indispensável à produção de sentido. Daí que a organização simbólica do espaço e, por conseguinte, a constituição de lugares, se torne uma prática comum dentro de cada comunidade.

A relação entre lugar e identidade é de tal modo estreita que, ao longo da história, são vários os casos de perda de identidade por via da destruição do espaço. Pense-se, por exemplo, nas estratégias de domínio exercidas sobre as colónias por parte dos países colonizadores ou nas inúmeras histórias de povos indígenas subjugados por missionários. Na maioria dos casos, a assimilação da cultura dominante só acontecia após o eliminar efectivo das referências identitárias, nomeadamente com a destruição do lugar enquanto espaço de reconhecimento e inscrição social, construído pelos antepassados.

A ligação às origens atribui ao lugar uma natureza histórica. Nele reconhecem-se as fronteiras que separam o mundo exterior daquilo que é o palco da identidade de grupo, que legitima uma série de comportamentos tipificados fundados na tradição. A memória associada ao lugar dita a norma e faz deste um território onde não há espaço para o inesperado.

O carácter histórico do lugar atribui-lhe alguma estabilidade e, por sua vez, faz com que se mantenham, ao longo dos tempos, determinados rituais, ainda que o seu sentido possa ser questionado na contemporaneidade. Mais do que actualizar os costumes, reivindica-se o respeito pelo passado e perpetuam-se as tradições, uma vez que questionar a história do lugar implica questionar a identidade e a relação daqueles que nele se constroem.

O respeito pelos lugares e, conseqüentemente, pela sua história, resulta da persistência da matéria antiga. Invariavelmente, na relação com o lugar, os sujeitos deparam-se com um conjunto de monumentos históricos que existiam previamente à sua passagem e que ali permanecem.

A natureza histórica do lugar faz deste uma referência forte. Só por solidariedade com o passado se justifica que, ainda hoje, por exemplo, se continue a chamar Terreiro do Paço à Praça do Comércio ou Rossio à Praça D. Pedro IV, em Lisboa. Em ambos os casos, é a história associada a esses lugares que vinga como referência colectiva, mais do que as actuais designações. Do mesmo modo, a atribuição de nomes históricos a ruas e zonas específicas dos lugares traz à memória episódios e personagens que marcam a identidade e a cultura de um povo.

O elo entre os habitantes do lugar assenta na gestão de expectativas e faz da relação o terceiro parâmetro fundamental na definição de qualquer lugar. Por “relação” entenda-se a relação interpessoal e não a relação com o espaço.

Podendo assumir papéis tão distintos como os de vizinhos, familiares, amigos ou conterrâneos, os frequentadores do lugar relacionam-se entre si movidos pelo afecto e pelo respeito que o lugar incute nessas relações, tendo em vista o bem comum. No que toca ao

espaço, a incursão dos sujeitos acontece de forma directa, sem necessidade de qualquer mediação, uma vez que este é, como se disse, um local de reconhecimento para todos.

Em suma, são três as principais características dos lugares: “Querem-se (querem-nos) identitários, relacionais e históricos.” (Augé 1992, 69). São, então, exemplos de lugares, a esfera privada do lar, a aldeia, um centro histórico, um monumento religioso ou uma praça.

O mesmo não se pode dizer do meio de transporte utilizado para se chegar até casa, da autoestrada que liga cidades ou dos itinerários turísticos pelos quais se deambula até chegar ao centro histórico de uma localidade. A lógica por detrás do acesso a cada um destes casos é, exactamente, a inversa àquela que foi descrita até agora para o lugar. Fala-se a este respeito de não-lugares, isto é, de espaços que viabilizam a circulação de pessoas e bens, numa época marcada pelo excesso, como é caracterizada a sobremodernidade. Por força das circunstâncias, estes opõem-se aos lugares, sendo, por isso, definidos como não-identitários, não-relacionais e não-históricos (Augé 1992, 100).

## 2.1 UM NOVO ESPAÇO PÚBLICO FEITO DE NÃO-LUGARES

Tal como se sugeriu no início desta parte, o não-lugar surge na sequência da aceleração dos factores que caracterizaram a modernidade e que Augé chamou de sobremodernidade. Recorde-se, no tratamento deste conceito, estabeleceu-se a figura do excesso como a principal marca dos tempos que correm, por se considerar que a sobremodernidade supera a modernidade a três níveis: na “superabundância de acontecimentos”, na “superabundância espacial” e na “individualização das referências”, correspondendo cada um dos níveis a transformações das categorias temporal, espacial e individual, respectivamente (Augé 1992, 55).

Relativamente à categoria espacial, como se viu, a crescente urbanização acarreta profundas alterações do espaço e tem como consequência o redesenhar de novos espaços públicos e privados, sendo cada vez mais difícil delimitar, com precisão, as fronteiras que separam uma esfera da outra. As novas formas de organização social e espacial revelam novas prioridades na vivência dos espaços e levam Augé (1992, 100-101) a alertar para a necessidade de reaprender a olhar e a pensar o espaço, como consequência da sobremodernidade, marcada por um individualismo extremo:

Un monde où l'on naît en clinique et où l'on meurt à l'hôpital, où se multiplient, en des modalités luxueuses ou inhumaines, les points de transit et les occupations provisoires (les chaînes d'hôtels et les squats, les clubs de vacances, les camps de réfugiés, les bidonvilles promis à la casse ou à la pérennité pourrissante), où se développe un réseau serré de moyens de transport qui sont aussi des espaces habités, où l'habitué des grandes surfaces, des distributeurs automatiques et des cartes de crédit renoue avec les gestes du commerce «à la muette», un monde ainsi promis à l'individualité solitaire, au passage, au provisoire et à l'éphémère, propose à l'anthropologue comme aux autres un objet nouveau dont il convient de mesurer les dimensions inédites avant de se demander de quel regard il est justiciable.

Em resultado desta análise, surge a noção de não-lugar, que procura dar conta das novas formas de relação do indivíduo com o espaço público que o rodeia. Considerando que é público tudo aquilo que é partilhado, cada vez mais fazem parte do novo espaço público as vias de trânsito, os viadutos, os aeroportos, os meios de transporte, as grandes superfícies comerciais e toda a espécie de meio que confirme a ideia de mobilidade, bem como um conjunto de comportamentos e práticas que reflectem as novas dinâmicas no modo de ocupar e viver a cidade.

Isentos de qualquer história, identidade e relação, os lugares de transição aqui mencionados constituem os lugares típicos da globalização, que atraem, de dia para dia, um maior número de pessoas pelas possibilidades que oferecem. Pelas suas características, criam novas formas de interacção social que originam os modos de vida que caracterizam os tempos modernos. Neles reina o egoísmo e o carácter utilitarista dos laços como resultado da não-relação, apontada como um dos seus traços principais.

Enquanto lugar de transição, qualquer não-lugar concentra em si uma quantidade considerável de indivíduos que, por razões diversas, ali se encontram em situações de grande proximidade. Na maioria dos casos, esta proximidade é inversamente proporcional à solidariedade que os une, o que, por si só, faz deles uma “comunidade de estranhos”, reforçada pelo anonimato resultante da não-identidade vigente nestes espaços.

Quando o espaço se torna exíguo, a proximidade entre indivíduos cuja identidade permanece anónima torna aquilo que é comum – uma carruagem, por exemplo – num espaço de tensão. Em situações de hora de ponta, a partilha de um mesmo espaço pode gerar situações de desconforto que levam os sujeitos a isolarem-se o mais possível, preservando os seus interesses perante a multidão anónima que o acompanha. Um simples olhar ou encosto provocado por uma qualquer oscilação, é motivo, mais do que suficiente, para desencadear situações de conflito que vão desde acusações de roubo, a assédio sexual ou desrespeito na prioridade aos lugares reservados. A tensão é visível nas feições daqueles que frequentam os

não-lugares, sobretudo, como meio de transporte. Nesses casos, mesmo não havendo necessidade, os passageiros procuram reajustar o seu espaço de modo a evitar o contacto com os outros. É, por isso, frequente viajar-se de pé quando a alternativa passa por partilhar um assento num espaço mínimo com mais três pessoas. É nisto que se traduz a não-relação.

Quando a proximidade ao outro se torna inevitável, opta-se pelo isolamento através de uma breve sesta ou pelo consumo de bens culturais – música, livros, jornais – evitando, a todo o custo, o contacto com o próximo. E assim se chega ao fim de um trajecto sem que, no instante seguinte, alguém se lembre da cara daqueles que durante largos minutos o acompanharam. Os mesmos de sempre, todos os dias.

Colocando os sujeitos em permanente contacto uns com os outros, os não-lugares confirmam uma das principais contradições da sobremodernidade: tendo em conta interesses muito particulares, evita-se o contacto com o próximo; porém, nunca se está só. Este aspecto traz para discussão as questões em torno do anonimato proposto pela não-identidade do não-lugar.

No seu sentido lato, a noção de anonimato admite tanto a ausência do nome de uma pessoa como o conseqüente impedimento de a identificar. Em pleno século XXI, onde as discussões em torno do direito à privacidade chamam a atenção para as estratégias de controlo e vigilância das sociedades, o estudo do anonimato assume uma importância preponderante. Se se considerar o anonimato como uma das formas de fugir ao controlo social, o anónimo pode ser encarado como aquele que procura fugir às responsabilidades que o *ser alguém* implica. Nestes termos, o *ser alguém* envolve o *ser social* que, em última instância, implica o reconhecimento da identidade pessoal.

A identificação, que tem como último fim conhecer os elementos de uma sociedade, acontece com o intuito de antecipar comportamentos considerados perigosos que possam pôr em causa a ordem e o bem-estar social. Uma vez identificados e traduzidos em dados passíveis de análise, os indivíduos passam a pertencer a uma base de dados que permite e facilita a sua vigilância. E quando a identificação surge lado a lado com a vigilância, lançam-se as bases de argumentação que alertam para o risco da perda da privacidade (Frois 2009).

Hoje em dia, são várias as formas de controlo e vigilância que muito beneficiam com o desenvolvimento das novas tecnologias da informação, que não só introduzem novos métodos de recolha de informação, mas também os processos através dos quais esses dados devem ser trabalhados e utilizados em prol do bem comum. Ainda que nem sempre a vigilância se dê em função da preocupação com o bem comum, este é um argumento recorrentemente utilizado.

Esta preocupação torna-se ainda mais premente quando se fala dos lugares de passagem, partilhados por uma enorme quantidade de desconhecidos.

Seguindo a linha de raciocínio que considera que o novo espaço público se compõe de não-lugares, precisamente, porque são esses os espaços comuns aos sujeitos da nova modernidade, o anónimo sugerido pela não-identidade do não-lugar não deve ser entendido como alguém que actua de forma absolutamente desconhecida ou em função de qualquer tipo de obscuridade ou ilegalidade. Pelo contrário, trata-se de alguém que, movido pelos desejos individuais, partilha com outros estranhos um mesmo espaço que, por ser comum, implica o reconhecimento da inocência dos seus utilizadores.

Dados os eventuais constrangimentos que qualquer não-lugar implica, uma das grandes preocupações da actualidade consiste em tornar estes lugares de passagem em lugares de presença propositada e consciente, ultrapassando o seu mero aspecto funcional e tornando-os lugares de pertença.

Neste sentido, estes espaços que já eram, assumidamente, multifuncionais – espaços de consumo, lazer, mobilidade, entre outros –, de há uns anos a esta parte, tendem a ser transfuncionalizados. Sobre este aspecto, ganham destaque as discussões em torno da cultura, sobretudo, no que toca à sua relação paradoxal com o não-lugar, cuja descaracterização, como se deixou antever, o torna, por extensão, algo não-cultural.

Se é verdade que o espaço urbano é aquele que melhor potencia a criação, distribuição e consumo dos bens de natureza intangível e cultural, é de notar, também, a função destes bens na revitalização das sociedades contemporâneas.

É com base nesta ideia, que chama a atenção para a necessidade de colocar a cultura no centro das preocupações políticas, que se tem procurado investir em políticas culturais, tendo em vista dois dos seus principais desafios: por um lado, a *democratização da cultura* – procurando levar a cultura a um maior número de indivíduos, levando-os a participar activamente na vida cultural e contribuindo para o seu desenvolvimento pessoal e intelectual; por outro lado, a *democracia cultural* – contemplando o direito à criação, seja sob a forma de incentivos financeiros ou, mesmo, através de programas que facilitem a mobilidade dos artistas, por exemplo.

Assim sendo, tendo em conta o papel da cultura nos meios urbanos, rapidamente se percebeu que uma revitalização passa por projectos de cariz cultural, pelo que, nos últimos tempos, tem-se verificado um crescente investimento nestes locais, no sentido de colmatar as principais falhas apontadas, sobretudo no que toca ao seu aspecto não-cultural.

Numa época de excessos, o novo e o inusitado estão na ordem do dia, pelo que confinar qualquer manifestação artístico-cultural ao museu, à galeria ou ao centro cultural, torna-se, cada vez mais, redutor. Não se entenda, com isto, qualquer desprezo pelas formas de exibição mais tradicionais. Alerta-se, antes, para a necessidade de alargar o âmbito da cultura, considerando o seu papel vital nas sociedades modernas.

Uma vez posta de parte a associação entre cultura e erudição, a passividade das práticas culturais de outros tempos – que implicava o esforço acrescido do sujeito na procura de bens e serviços desta natureza –, deve dar lugar à interactividade. Se as pessoas não procuram a cultura, a cultura deve procurar as pessoas, saindo para a rua e invadindo novos espaços como os jardins, as praças, as escolas ou os transportes públicos. Estes últimos de extrema importância, dadas as alterações que se têm verificado na estrutura física das cidades. Contudo, como pensar um não-lugar e as suas características, num contexto propenso à sua crescente aculturação e humanização?

Para se perceber o que aqui se propõe, tenha-se como referência o Metropolitano de Lisboa e as suas preocupações no modo de pensar as dinâmicas entre a cultura e a cidade. Enquanto meio de transporte público, o Metro vai ao encontro da definição de não-lugar, tal como Augé o teoriza – espaço de passagem, de natureza funcional, que permite a circulação diária de pessoas. Porém, há muito que esta transportadora tem procurado superar o seu mero aspecto funcional, destacando-se dos restantes meios de transporte urbanos pela forma como aproxima os seus utentes à cultura.

Num espaço idealmente pensado para a circulação de pessoas, e onde o sentimento de pertença é, talvez, o que menos se espera, seria de esperar que fossem, também, suprimidos todos os elementos históricos, relacionais e culturais. No entanto, como sugerido, verifica-se uma forte tendência para a humanização e aculturação dos espaços desta rede, seja pela ligação a pontos estratégicos da cidade de Lisboa, pelas parcerias com importantes equipamentos culturais, pela programação cultural, que é já uma constante e tem vindo a promover eventos tão distintos como exposições, concertos, feiras do livro, feiras de artesanato e outros, ou, ainda, pela concepção arquitectónica e plástica das suas estações.

No Metro dá-se primazia à estética, por oposição ao cinzento do betão que caracteriza a maioria destes espaços públicos, e à manifestação cultural como forma de quebrar o isolamento e a inércia dos sujeitos, chamando a sua atenção para uma participação mais activa na vida cultural da sua cidade.

A preocupação com a estética das estações vai muito para além da questão da *arte pela arte*. É, sobretudo, uma forma de combater o “vandalismo” e a “violência” que estes “espaços de ninguém” tendem a atrair, tal como se refere no *site*<sup>1</sup> da empresa:

A construção de novas infra-estruturas para serviço público não mais poderá deixar de ter em consideração a sua vertente sociocultural. A dimensão estética é indispensável [...] como motor de vitalização artístico-cultural, não perdendo de vista que o embelezamento e a animação dos espaços públicos constituem um meio de dissuasão contra o vandalismo e a violência, contribuindo-se assim para a melhoria da qualidade de vida na cidade.

Não sendo um lugar, o Metro surge como um exemplo de um não-lugar de natureza distinta: um novo palco para a cultura que reflecte, na perfeição, a crescente tendência para a transfuncionalização dos não-lugares.

Este discurso é válido para o Metro, mas também para o Aeroporto Internacional de Lisboa, eleito como espaço de estudo para muitos estudantes, para as praças de alimentação de certos centros comerciais, que se tornam verdadeiras salas de estar e de convívio, ou, ainda, para alguns cafés que promovem o intercâmbio de livros através do conceito de *BookCrossing*.

A relevância da questão não reside tanto no acesso à cultura dentro destes espaços que se pretendiam meramente transitórios, mas acima de tudo, no facto de se tornar a cultura um elemento integrante e, em muitos casos, estruturante dos não-lugares.

Os pontos fracos apontados aos não-lugares parecem legitimar, assim, uma tendência geral: a humanização dos não-lugares por via da cultura, transformando-os, desta forma, em lugares. Esta inversão é ainda mais óbvia se se atentar nas alterações que, hoje em dia, se verificam ao nível de cada um dos elementos constitutivos do não-lugar.

No que toca à história, por exemplo, foi dito que o não-lugar se caracteriza pela sua ausência. Se é verdade que, por definição, a história é abolida do não-lugar, também é verdade que, cada vez mais, alguns destes espaços contrariam esta característica essencial. Uma passagem atenta por qualquer uma das estruturas apontadas como não-lugares permitirá identificar um número considerável de referências históricas que, objectivamente, nada têm que ver com a sua natureza de não-lugar. Algumas dessas referências surgem após o repensar do não-lugar enquanto espaço de extrema impessoalidade. Pense-se no exemplo já dado do Metropolitano de Lisboa, que alterou o nome de algumas estações em homenagem a figuras do passado. As actuais estações *Marquês de Pombal* e *Martim Moniz*, por exemplo, até 1998,

---

<sup>1</sup> *Vd.* <http://www.metrolisboa.pt/metro/a-arte-no-metro/>

davam pelo nome de *Rotunda* e *Socorro*, respectivamente. Se *Rotunda* não é, por si só, um nome completamente impessoal, digno do carácter prático de um não-lugar, outro dificilmente o será. A ligação à história não se dá apenas pelos nomes atribuídos às estações, mas também pela decoração das mesmas. Em ambos os casos, são lembradas figuras e situações que marcaram a história de Portugal, nos diferentes períodos. Trata-se, sobretudo, de uma mudança que traduz uma vontade de trazer a história dos lugares para os não-lugares que são as estações, tendo em vista a identificação das estações com as zonas históricas da cidade em que se encontram.

Em outros casos, a referência histórica é de tal modo marcante que substitui completamente o nome do espaço, funcionando como um nome de baptismo. São exemplos os centros comerciais *Colombo* e *Vasco da Gama*, em Lisboa. Tanto um como outro fazem menção à história, nomeadamente, à época dos descobrimentos portugueses, não sendo, por isso, estranho encontrar, nos seus interiores, nomes como *Avenida dos Descobrimentos* e *Praça Trópico de Câncer*. O apreço por determinadas figuras da história leva, inclusivamente, à atribuição de um mesmo nome a diferentes estruturas. É o caso do navegador Vasco da Gama cujo nome não só se associa a um centro comercial, mas também a uma ponte, a um pavilhão desportivo, a ruas ou avenidas. Um último exemplo flagrante de referência histórica nos não-lugares é a *Ponte 25 de Abril*, cuja renomeação ficará para sempre associada às mudanças resultantes do golpe de Estado, ocorrido a 25 de Abril de 1974, que pôs termo ao regime ditatorial do Estado Novo

Relativamente à questão relacional, cada vez mais, a individualização, o vazio e o isolamento tendem a dar lugar a estratégias de aproximação social, com o mesmo intuito de humanizar e contrariar o carácter transitório destes espaços que, na sua essência, se caracterizam pela ausência de qualquer elemento relacional.

Neste ponto, chama-se, mais uma vez, a atenção para o papel das tecnologias da informação e, mais concretamente, das redes sociais, no combate à não-relação que, tendencialmente, vinga no não-lugar. Observe-se o caso da *Planely* (em [www.planely.com](http://www.planely.com)) como exemplo do que se propõe. Enquanto rede social, a *Planely* surge com o principal objectivo de aproximar pessoas que, pelos mais variados motivos, passam grande parte do seu tempo em viagens de avião. Um simples acesso ao *site* permite encontrar pessoas que vão no mesmo voo para o mesmo destino e que podem, por isso, servir de companhia àqueles para quem os momentos de solidão numa viagem não são bem-vindos. Deste modo, o que seria uma longa viagem entre estranhos pode transformar-se numa experiência agradavelmente

enriquecedora, dela resultando eventualmente verdadeiras relações de amizade e/ou profissionais. É pelo menos esta a forma como os usuários desta rede encaram as suas vantagens.

Mais directas e espontâneas são, por outro lado, as relações resultantes da partilha diária de um mesmo meio de transporte como o autocarro. Numa viagem comum de regresso a casa depois do trabalho, um conjunto de pessoas que, pelas mesmas razões ali se encontra, acaba por criar laços motivados pelo reconhecimento das mesmas caras, todos os dias. Não é, por isso, de estranhar que num espaço impessoal como o autocarro se encontrem passageiros à conversa ou se oiçam despedidas com a certeza de um reencontro no dia seguinte. Trata-se de relações muito específicas – como são todas aquelas que se desenvolvem no espaço do não-lugar –, que contrariam, ainda assim, a não-relação no interior do não-lugar notada por Augé.

A familiaridade com o espaço e com as pessoas que habitualmente o frequentam, dá lugar a relações que, mais uma vez, poderão contribuir para a transformação dos não-lugares em lugares. Veja-se o caso das áreas de serviço, inerentemente não-lugares, mas vividas como lugares, ao assumirem “cada vez mais o aspecto de casas da cultura regional” (Augé 1992, 123). Em qualquer um dos casos apresentados, a passagem frequente pelo não-lugar gera familiaridade e relação e, em última instância, a presença propositada nestes lugares de transição.

Por último, no que concerne à identidade, como já se esclareceu, o anonimato do não-lugar assume contornos muito particulares. Por se tratar de espaços de confluência, em algum momento impor-se-á ao utilizador do não-lugar o reconhecimento da sua identidade, seja pela exigência de um documento de identificação (cartão de cidadão, passaporte, carta de condução), pelo pedido de um código antes de aceder a um dispositivo telefónico ou à conta bancária através do multibanco, pelo talão das compras, imprescindível a qualquer troca, ou até pelo bilhete de avião apresentado no *check-in* antes de embarque. Também aqui se colocam as questões da privacidade que cai por terra com a possibilidade de um reconhecimento prévio de todos os que se cruzam num espaço público como um aeroporto, por exemplo. Ultrapassada a etapa da identificação e confirmada a sua inocência, aí sim, o indivíduo passa à condição de anónimo dentro do espaço do não-lugar. Porém, como se constata, esta é uma noção de anonimato que nada tem que ver com aquela que remete para a sua verdadeira acepção ou, pelo menos, para o seu sentido mais restrito. Assim sendo, que

tipo de anonimato é este? Isto é, em que se traduz o anonimato proposto pela não-identidade do não-lugar?

Na descrição dos actores da sobremodernidade – clientes, turistas, viajantes, passageiros –, Augé (1992, 139) refere que estes, enquanto utentes do não-lugar, permanecem anónimos, não sendo “identificados, socializados e localizados (nome, profissão, local de nascimento, local de residência) excepto à entrada e à saída”. O que, à partida, poderia apontar o não-lugar como um sítio onde impera a liberdade de *ser* – na medida em que, dentro dos seus limites, salvo raras excepções, não ocorre nenhuma identificação –, leva, também, a considerar alguma contradição que poderá gerar a ilusão de anonimato. Senão, veja-se: por um lado, os indivíduos permanecem anónimos, por outro, são identificados à entrada e à saída do não-lugar.

A considerar-se, portanto, uma situação de anonimato, pondere-se o que aqui se propõe como “anonimato identificado”: um anonimato que existe, de facto, no interior do não-lugar, na relação entre os seus utentes, mas que só se concretiza após uma identificação prévia. O utente do não-lugar será, desta perspectiva, um anónimo em relação ao próximo que, tal como ele, também foi identificado, mas, relativamente à instituição que o acolhe, torna-se um cidadão cuja identidade é perfeitamente reconhecida e disponibilizada numa base de dados susceptível de ser consultada sempre que se justifique. Assim sendo, para ser anónimo, o sujeito é levado a ceder “espontaneamente” os seus dados pessoais, mas essa condição – a de anónimo – dificilmente é alcançada no seu pleno, na medida em que se submete ao controlo de uma instituição que, em troca da sua identidade, o coloca na situação de “anónimo identificado”, chamando a atenção, mais uma vez, para a ideia de uma “sociedade vigilante” (Frois 2009).

De modo algum se defende que o anónimo, apesar de identificado num primeiro momento, perde completamente a capacidade de passar despercebido num contexto social. Pelo contrário, a identificação de que se fala é sugerida sempre em relação à entidade responsável pela gestão do não-lugar em questão, enquanto espaço público. Por isso, apesar de “identificado”, o anonimato existe no interior do não-lugar com tudo o que isso possa acarretar, tornando a não-identidade, ela própria, um aspecto identitário dos espaços com estas características.

Como se verifica, a contratualidade imposta aos utentes do não-lugar reforça a já estabelecida oposição ao lugar cuja identidade resulta da estreita relação entre o espaço e o campo social. O não-lugar, pelo contrário, gera novas experiências de solidão, motivadas por

um sujeito que se considera, por um lado, o centro do mundo ao tomar-se como única referência na análise que faz da realidade, mas que, por outro lado, se perde no meio da multidão. A sua relação com o não-lugar passa pela consecução de objectivos, reforçando a lógica utilitarista na base de espaços desta natureza.

Neste contexto onde tudo se reconhece pela sua finalidade, a relação do sujeito com o não-lugar é regulada pela informação que nele se veicula – um conjunto de textos, na maioria multimodais, que mais não são do que verdadeiras “instruções de uso” desse mesmo espaço (Augé 1992, 121).

A não-relação própria do não-lugar acarreta, assim, consequências ao nível da comunicação, servindo a linguagem propósitos muito específicos: resolver questões práticas, firmar compromissos ou reforçar a adesão ao espaço, são apenas alguns deles. É, por isso, comum o contacto com palavras de ordem – que se traduzem em asserções, avisos ou conselhos –, definindo também elas a condição do não-lugar. Os exemplos são vários e vão desde as ordens e pedidos emitidos numa caixa multibanco – “Aguarde, por favor.”; “Retire o seu dinheiro.” –, aos alertas informativos num aeroporto ou metropolitano – “Embarque na porta 136, às 18 horas.”; “Próxima paragem: Baixa-Chiado. Há correspondência com a linha verde.” – às chamadas de atenção num comboio ou autocarro – “Na entrada para o comboio, atenção à distância entre a porta e a plataforma.”; “Atenção aos carteiristas.” – ou à linguagem persuasiva da publicidade ao serviço de algumas empresas – “Aqui vou ser feliz!”. Em qualquer um dos casos, percebe-se que a relação interpessoal é dispensável e acaba por ser substituída por outras formas de comunicação que não impliquem a ligação directa entre os sujeitos:

Les individus sont censés n’interagir qu’avec des textes sans autres énonciateurs que des personnes «morales» ou des institutions (aéroports, compagnies d’aviation, ministère des Transports, sociétés commerciales, police de la route, municipalités) dont la présence se divine vaguement ou s’affirme plus explicitement [...] derrière les injonctions, les conseils, les commentaires, les «messages» transmis par les conseils, les commentaires, les «suppôts» (panneaux, écrans, affiches) qui font partie intégrante du paysage contemporain.

(Augé 1992, 121)

No interior dos não-lugares, raras são as vezes em que um indivíduo sente necessidade de chegar à fala com alguém, uma vez que toda a informação necessária se encontra exposta em suportes visuais. Considerem-se, por exemplo, as setas indicadoras de sentido, as placas com informação relevante à utilização do espaço, os pósteres e ecrãs que servem de suporte à linguagem publicitária e uma série de outras imagens que substituem o

contacto directo entre os sujeitos que ali se cruzam. Para além disso, o tipo de linguagem utilizada revela uma certa assimetria na comunicação, na medida em que há uma entidade que, naquela situação, se coloca numa posição de poder e emite as ditas palavras de ordem, não dando espaço a qualquer interacção com o sujeito. Este, por sua vez, depois de passar por todo o processo de identificação, mantém-se, ainda assim, numa posição inferior, limitando-se apenas a receber a informação que lhe é dirigida e a fazer com ela o que bem entende, dentro dos limites impostos pela instituição.

Se a comunicação interpessoal se fica pelos serviços mínimos, dando espaço a linguagens silenciosas – o sorriso e o assentir com a cabeça como respostas recorrentes no não-lugar, por exemplo –, a imagem, nomeadamente através da linguagem icónica, passa a ser o meio de comunicação dominante nestes espaços de natureza pública.

A mesma imagem pode servir diferentes propósitos e assumir diferentes sentidos, consoante as estratégias de comunicação em causa. É isso que confere à imagem um papel determinante nas sociedades modernas. A multiplicidade de sistemas visuais e o respectivo desenvolvimento da técnica fazem dos diferentes tipos de imagem as principais formas de representação da realidade contemporânea que, deste modo, vai sendo visualmente construída.

O reconhecimento de um símbolo universal no contexto de estranheza que constitui o não-lugar pode ser uma referência tranquilizadora. É neste sentido que se considera relevante o estudo da comunicação assente em formas de fácil transmissão de significado e, deste modo, reconhecidas pela maioria. A linguagem icónica é, talvez, o melhor exemplo, e o não-lugar a melhor referência para este tipo de estudo.

Como adianta Mitchell, na obra organizada por Lentricchia e McLaughlin (1995), o homem é por natureza um “animal representacional”. Assumindo que o modo de ser da representação consiste em *estar em vez de algo* – sendo “*algo*” a própria realidade –, os diferentes modos de representar a realidade são directamente proporcionais à capacidade humana de comunicar.

A linguagem verbal – na sua forma oral ou escrita – é reconhecida como o modo de representação da realidade por excelência. No entanto, no que toca aos não-lugares, como se verá, a linguagem verbal, quando existe, surge como complemento da linguagem visual e é fortemente determinada pela presença da língua internacional de comunicação inglesa. Enquanto espaços de transição, frequentados por um elevado número de viajantes, não é de estranhar que assim seja. As entidades responsáveis pela gestão dos espaços têm em conta as características deste novo tipo de público e reforçam a sua adesão difundindo a informação

adequada. O intuito é sempre o mesmo: gerar o reconhecimento por parte dos que lêem, vêem ou ouvem.

A força de atracção dos não-lugares está associada, não só às várias possibilidades que oferecem, mas também à prática comum que estes têm de reenviar a outros não-lugares. É o caso dos anúncios televisivos que remetem para grandes superfícies comerciais que, por sua vez, anunciam agências de viagem, que reenviam a grandes cadeias de hotéis, que fazem publicidade a transportadoras aéreas e ferroviárias, e assim sucessivamente. No entanto, o contrário também se verifica: no percurso dos não-lugares evitam-se os lugares, mas chama-se a atenção para eles comentando-os em painéis, placas, cartazes e afins. Considerem-se as referências a monumentos históricos ao longo de uma autoestrada, por exemplo, ou a promoção de actividades locais por parte das agências de viagem como forma de atracção turística (Augé 1992, 94-95).

Daqui se depreende a necessidade de uma articulação abrangente entre o lugar e o não-lugar. Para todos os efeitos, há que relembrar que o não-lugar, do ponto de vista teórico, é um conceito datado – foi exposto, tal como aqui se apresenta, em 1992, na obra de Augé que tem vindo a ser citada. Com o passar do tempo, a interiorização das novas vivências do espaço público impostas pelos não lugares levou à banalização das mesmas e, aquilo que em 1992 constituía uma novidade e dava azo a alguma estranheza, vinte anos depois, naturalizou-se e faz parte da rotina de qualquer cidadão. Esta chamada de atenção, em momento algum, deverá dar a entender a irrelevância da sistematização do conceito de não-lugar levada a cabo por Augé. Pelo contrário, trata-se de uma teorização de tal modo actual que, muitas das suas propostas consideradas excessivas, hoje, não oferecem qualquer resistência.

Portanto, mais relevante do que notar as diferenças entre lugares e não-lugares é perceber a sua complementaridade, isto é, encará-los como espaços que, apesar de distintos, se interpenetram, nunca sendo o lugar completamente apagado pelo não-lugar que, de igual modo, nunca existe de forma absoluta (Augé 1992, 101). O não-lugar existe, apenas, porque o lugar existe, reflectindo a ausência das condições necessárias à constituição deste último. Da mesma forma, o lugar permanece como ponto de referência e destino daqueles que frequentam o não-lugar. Tome-se como exemplo os milhares de pessoas que, todos os dias, frequentam o metropolitano, ou outro tipo de transporte, como forma de chegar aos lugares do quotidiano (escola, trabalho, casa). Resumindo, tudo se prende com a atitude dos sujeitos face aos espaços: “On peut le dire autrement: lieux et non-lieux correspondent à des espaces très

concrets mais aussi à des attitudes, à des postures, au rapport que des individus entretiennent avec les espaces où ils vivent ou qu'ils parcourent" (Augé 1994a, 167).

Pelo que se depreende, a perspectiva de análise na designação do espaço revela-se de suma importância. Do ponto de vista de quem observa ou vive o espaço enquanto utente, numa relação utilitarista com o mesmo, surgem todas as características já apontadas ao não-lugar. No entanto, se a perspectiva for a do sujeito que se reconhece no espaço e o considera seu, estabelecendo, no seu interior, relações com os outros que assentam no carácter simbólico desse espaço, fala-se, a este respeito, de um lugar.

Partindo deste pressuposto, um mesmo espaço pode assumir, simultaneamente, a condição de lugar e não-lugar. Admita-se o seguinte cenário: um viajante que, num aeroporto, se dirija a um balcão para fazer o *check-in*, lidará com o espaço como qualquer utilizador de um não-lugar. O mesmo já não acontece com o funcionário que o recebe. Neste caso, identificado logo à partida com um crachá onde figuram o seu nome e a informação relativa à empresa que presta aquele serviço, o funcionário em nada difere do colega que desempenha as mesmas funções no balcão imediatamente ao lado. Para aqueles que têm num não-lugar o seu local de trabalho, a identidade, a relação e a história acabam por ditar os modos de proceder, tornando num lugar aquilo que, objectivamente, noutra situação, se chamaria de não-lugar. Como se vê, se o lugar e o não-lugar não se anulam e, antes, se complementam, um olhar mais estante sobre cada um destes conceitos apenas poria em causa a riqueza e o rigor científicos.

Considerando as especificidades do espaço público na actualidade, apresentou-se, neste capítulo, o não-lugar e as suas características, porque se defende, citando Augé (1992, 101), que este é "a medida da época". Sem dar conta, os indivíduos acabam por construir a sua vida em torno de dois ou três principais lugares, passando grande parte dos seus dias em espaços intermédios que aqui foram definidos como não-lugares. Na prática, tal facto deve-se a uma inversão das prioridades na ocupação dos espaços, uma vez que, como se procurou demonstrar, não só está em causa uma nova forma de os organizar, mas sobretudo, uma nova forma de os viver.

Se são estes os espaços onde, tendencialmente, os indivíduos acabam por passar parte do seu tempo, e se estes são, por definição, não-relacionais e, logo, não-comunicacionais, considera-se relevante perceber as estratégias de comunicação adoptadas pelas entidades que gerem estes espaços como tentativa de suprir as falhas resultantes da não-relação.

Como se adiantou, chega-se à conclusão de que a natureza destes espaços propicia um tipo de comunicação assente em formas de fácil veiculação de sentido, nomeadamente, recorrendo a símbolos que se pretendem universalmente reconhecidos. A linguagem icónica é, por isso, aquela que mais prolifera nos não-lugares e nela estão implícitos processos de representação que, em última análise, ajudam a compreender a natureza do espaço e das relações que ali se estabelecem. É, exactamente, neste sentido que, no capítulo que se segue, se problematiza a comunicação ou, mais concretamente, o modo como a informação é enunciada nos não-lugares, procurando perceber que sistemas semióticos são utilizados na difusão dessas mensagens.

## **CAPÍTULO 3**

### **A LINGUAGEM DOS NÃO-LUGARES**



A cidade é um discurso, e esse discurso é verdadeiramente uma linguagem: a cidade fala aos seus habitantes, nós falamos a nossa cidade, a cidade onde nós nos encontramos simplesmente quando a habitamos, a percorremos, a olhamos.

ROLAND BARTHES, *A Aventura Semiológica*

Como se deixou antever, a não-relação reconhecida como um dos aspectos definidores dos não-lugares tem efeitos directos na forma como a comunicação se processa nos seus domínios, nomeadamente, no que toca aos modos de enunciação da informação adoptados como estratégia comunicacional por parte das entidades responsáveis pela sua gestão. O que, à partida, suporia os não-lugares como espaços por natureza não-comunicacionais, em resultado da não-relação, revela, pelo contrário, formas de comunicação muito próprias que, naturalizando a ausência das relações interpessoais, medeiam o contacto dos utentes com os espaços em questão.

Quando, no capítulo anterior, se definiu o não-lugar como um espaço com finalidades (Augé 1992, 79), isto é, como um meio para alcançar os mais variados fins, chamou-se a atenção para a contratualidade das relações que aí se estabelecem, justificada pela partilha de um mesmo espaço por um elevado número de pessoas. O argumento da responsabilidade e preocupação com o bem comum parece, assim, legitimar um conjunto de práticas contratuais que tornam as acções cada vez mais padronizadas e, por isso, expectáveis, evitando eventuais ameaças e fazendo com que todos utilizem o espaço da mesma maneira. O estabelecimento de uma certa norma na relação com o espaço insere-se num modelo de gestão de expectativas onde, de forma distraída, se vão mantendo sob controlo os frequentadores dos não-lugares, eliminando-se, desta forma, a possibilidade de experimentar a surpresa e a diferença (Sennett 1970, 96).

Precisamente porque o objectivo é uniformizar os comportamentos, a informação veiculada nestes espaços, mais do que estimular o pensamento e promover a discussão, surge com o intuito prático de orientar os indivíduos, induzindo-lhes determinadas acções. Na emissão das mensagens reina, por isso, a lógica do *vísível* e do *legível*, interessando, sobretudo, que a informação seja compreendida de forma rápida e eficaz, num curto espaço de tempo, atendendo à natureza transitória destes locais. Deste modo, a não-relação vigente nos não-lugares, acaba por motivar processos comunicacionais com contornos muito específicos: mais do que comunicarem entre si, os utentes dos não-lugares seguem à risca um conjunto de ordens que, na prática, não são mais do que um conjunto de informações relativas aos

diferentes meios para alcançar os vários fins dentro desses espaços. Sabendo, portanto, que a informação surtirá mais ou menos efeito, consoante o modo como é enunciada, as indicações ao longo dos não-lugares, quando analisadas, permitem identificar um certo padrão no modo de enunciar a informação em espaços desta natureza e, em última instância, compreendê-los por via das suas práticas comunicacionais. É neste sentido que se propõe, nos capítulos que se seguem, a problematização da comunicação e das práticas semióticas levadas a cabo nos não-lugares.

Considerando as características já apontadas aos lugares de transição, a relação com estes locais é mediada por um vasto conjunto de textos que, como se verá, cumprem o objectivo principal de encaminhar os sujeitos num sentido específico, recorrendo, para tal, a um tipo de linguagem simples, directa e facilmente reconhecida por um largo número de pessoas. Nestes moldes, os diferentes meios de comunicação – e respectivos modos de enunciação – querem-se o mais universais possível, optando-se, na maioria dos casos, pela multimodalidade, na articulação de diferentes modos de expressar o significado pretendido.

De acordo com o principal pressuposto desta dissertação, nos não-lugares a linguagem icónica sobrepõe-se, manifestamente, à linguagem verbal. Esta última, quando existe, surge em função do aspecto internacional de muitos destes locais e como complemento das formas icónicas. No caso das sociedades ocidentais, a linguagem verbal, na sua forma oral ou escrita, que persiste nos não-lugares, surge marcada pelo inglês enquanto língua de comunicação internacional. Isto, por si só, reforça o carácter não-identitário dos não-lugares, uma vez que a língua nacional perde a sua centralidade ao ser transcrita para a forma icónica ou ao fazer-se acompanhar da língua inglesa.

De forma genérica, os não-lugares são identificados como os espaços da globalização, pois concretizam o ideal do livre consumo, das transacções financeiras e da circulação de pessoas e bens. No que diz respeito ao argumento de uma comunicação quase sem limites, esta apenas é possível pela partilha de um código comum, reconhecido e utilizado por todos. Como se verá, a base convencional de algumas imagens dispensa, muitas vezes, as referências linguísticas, sem que isso implique dificuldades acrescidas na decifração do seu sentido final. O reconhecimento universal de algumas formas icónicas tende, por isso, a generalizar o seu uso, enquanto código comum, em contextos de comunicação multilingue. Porém, nem tudo a iconicidade resolve. A globalidade das imagens faz destas instrumentos de comunicação com múltiplos sentidos e, nesses casos, só a linguagem verbal esclarece os equívocos. Seguindo a linha de raciocínio que procura dar conta das linguagens manifestadas nos não-lugares,

observa-se que, no que toca à linguagem verbal, o recurso ao inglês também como língua global é constante. Considerando que a análise das práticas comunicacionais levadas a cabo nos não-lugares não ficaria completa caso este aspecto fosse negligenciado, neste capítulo, começa-se por tecer algumas considerações a respeito do inglês como língua global, sobretudo, no que concerne à sua presença e função nestes lugares de passagem. Uma vez esclarecido e esgotado o assunto das questões linguísticas com interesse para este trabalho, apresenta-se, já na parte final do capítulo, aquela que é a proposta central desta tese: a representação visual nos não-lugares.

### 3.1 INGLÊS: UMA LÍNGUA COMUM EM LUGARES COMUNS

A universalidade da língua inglesa é, hoje, um dado adquirido. Em todo o mundo, estima-se que cerca de 1,5 mil milhões de pessoas seja fluente ou possua competências nesta língua, dos quais apenas 320 a 380 milhões são nativos (Crystal 2005, 61). Tais números têm legitimado a generalização do argumento que atribui ao inglês o estatuto de língua global, que não pode, por isso, ser encarado como património de uma nação ou de um círculo restrito de países.

Como adianta Crystal (1997, 4) em *English as a Global Language*, uma língua atinge um estatuto global quando o seu papel é reconhecido além-fronteiras, isto é, fora do seu país de origem. Nestes casos, a relevância da língua é tal, que falantes de outras línguas-mãe acabam por reservar-lhe um lugar de destaque nas suas comunidades. Segundo o autor, o destaque de uma língua pode dar-se por duas principais vias: pela sua adopção como língua oficial de um país, usada como meio de comunicação em determinados domínios – governamentais, legais, educacionais –, ou pela prioridade que lhe dão no ensino de línguas estrangeiras nas escolas. Analisando o caso da língua inglesa à luz das considerações de Crystal, compreende-se a condição do inglês como língua global. Em todo o mundo, o inglês é, hoje, língua oficial de mais de 70 países e, de longe, a língua mais ensinada como língua estrangeira, em mais de 100 países.

No entanto, como Crystal (2005, 9) refere, uma língua não se globaliza apenas pelo seu número de falantes, pela sua estrutura ou pela associação a qualquer cultura ou religião. A razão principal que, desde sempre, conduziu à internacionalização de uma língua é apenas uma: o poder dos povos que a falam, sobretudo, em termos políticos, económicos e militares. Bastará ter como referência alguns dos países que, por uma razão ou outra, têm ou adoptam o inglês como língua, para se perceber o que, neste ponto, se sugere: Estados Unidos da

América, Reino Unido, Canadá e Austrália – inglês como língua nativa –, Singapura e Índia – inglês como língua oficial ou segunda língua – ou, ainda, a China, o Japão e a Rússia – ensino do inglês como língua estrangeira pelo reconhecimento da sua importância a nível internacional. Tal constatação levou Kachru (1992, 356) a sistematizar estes três grupos de falantes de inglês numa representação de três círculos concêntricos, respectivamente, um *Inner Circle* de falantes nativos – 320 a 380 milhões de falantes –, um *Outer Circle* de falantes como língua oficial ou segunda língua – 300 a 500 milhões de falantes – e um *Expanding Circle* de falantes como língua estrangeira – 500 a 1000 milhões de falantes.

As perspectivas são múltiplas e o consenso parece gerar-se apenas em relação à universalidade do inglês. De resto, se, por um lado, há os que reconhecem a importância e as vantagens do inglês, nas relações internacionais, como língua global de comunicação, por outro lado, há quem chame a atenção para a tomada de poder desta língua e a consequente perda de visibilidade e uso de línguas de menor expressão. Também no debate académico se verifica esta ambiguidade. A consequência é uma lista variada de termos que, servindo diferentes propósitos, definem o carácter universal da língua inglesa: *Língua Internacional* (Widdowson 1997; Modiano 1999), *Língua Franca* (Jenkins 2000; Seidlhofer 2001), *Língua Global* (Toolan 1997; Crystal 1997), *Inglês Geral* (Ahulu 1997) ou, ainda, *Língua Mundial* (Bailey & Görlach 1982). Apontam-se apenas algumas designações por se entender que, mais importante do que a adequabilidade do nome, é o discurso comum a todos eles, tal como lembra Erling no artigo *The many names of English* (2005, 42-43): “English is increasingly used to communicate across international boundaries, and is not therefore tied to one place, culture or people”.

A mobilidade física e electrónica, resultantes do desenvolvimento dos meios de transporte e de comunicação, facilitam o contacto entre pessoas de diferentes nacionalidades, requerendo, em função disso, uma língua comum que possibilite a comunicação. Em relações internacionais, como Erling reconhece, a generalização do uso do inglês como língua de comunicação acaba por ser inevitável. A língua inglesa surge, assim, como uma garantia de entendimento em contextos multilíngues.

A força do inglês confirma-se, então, pela sua quase omnipresença nos principais meios de comunicação. Desde a imprensa à rádio, passando pela televisão, o cinema ou, ainda, a publicidade e a música, as formas do inglês aparecem em toda a parte, de um modo mais ou menos explícito. Tamanho destaque, atribui à língua inglesa um papel central nas

sociedades contemporâneas, sendo o seu domínio apontado como um importante indicador de desenvolvimento de um país.

Em traços gerais, poder-se-ia apontar o inglês como a língua dos cidadãos do mundo, isto é, de todos aqueles que, com uma visão global, se posicionam no mundo com a plena consciência de que a sua actividade – ou as consequências desta – não é apenas local. Descurar o inglês significa rejeitar uma série de oportunidades que se prendem com o acesso à cultura e à educação ou, até mesmo, em termos profissionais.

Sendo a língua mais usada na comunicação internacional, há muito que o inglês é adoptado como língua oficial em áreas como a segurança, a aviação, a marinha e, sobretudo, o turismo. Considerando o turismo, é sem dificuldade que, nos espaços de viagem, se encontram as marcas da língua inglesa, precisamente, porque, em contextos internacionais, ela é já um dado adquirido. Por isso, em qualquer cidade estrangeira, espera-se que recepcionistas de hotéis, empregados de mesa, motoristas de transportes públicos e todos cuja profissão passa pela prestação de serviços públicos, dominem o inglês, assegurando as condições mínimas de comunicação. Sobre este assunto, atente-se na seguinte passagem de Crystal (2005, 105):

[...] for those whose international travel brings them into a world of package holidays, business meetings, academic conferences, international conventions, community rallies, sporting occasions, military occupations and other 'official' gatherings, the domains of transportation and accommodation are mediated through the use of English as an auxiliary language.

Ao referir o inglês como “língua auxiliar” e a sua função de mediação na relação dos sujeitos com os espaços destinados à sua circulação e alojamento temporário, Crystal identifica esta língua, não só como uma *língua comum* em contextos internacionais, mas acima de tudo, como a língua dos *lugares comuns*. Na sequência do que se tem vindo a propor, assim se depreende que o inglês é a língua, por excelência, dos não-lugares.

Como se verá de seguida, nos não-lugares vinga a comunicação visual, enquanto a linguagem verbal desempenha, essencialmente, uma função complementar. Dada a centralidade da língua inglesa nas sociedades ocidentais, observa-se, agora, que o inglês determina, também, a maioria das referências linguísticas neste tipo de espaços, até mesmo nos países em que essa não é a língua nacional.

Enquanto locais de confluência, os não-lugares concentram em si uma enorme quantidade de indivíduos, sendo a maioria estrangeiros. Uma comunicação adequada não deve perder de vista tal facto, sob pena de se negligenciar o público alvo destas estruturas. Não se trata de gerar pertença – porque, como se esclareceu, os lugares de passagem resultam

da ausência de habitantes –, mas de evitar que os objectivos da presença provisória saiam comprometidos devido a uma má estratégia comunicacional.

Por se tratar da língua que atinge um maior número de pessoas, o inglês é com frequência utilizado na generalidade dos não-lugares como forma de minimizar as possíveis falhas comunicacionais. Porém, deve ficar claro que a predominância do inglês nos não-lugares de forma alguma apaga as línguas nacionais. A relação entre as diferentes línguas locais e o inglês é, quase sempre, complementar e, raramente, de substituição.

Não sendo a única referência linguística – salvo os casos em que é a língua nacional –, o inglês aparece de forma constante nos não-lugares, sendo que, na mesma medida, nenhuma outra língua acompanha as línguas nacionais como o inglês. O que se propõe neste ponto é, facilmente, confirmado pela análise de algumas mensagens. Independentemente da língua nacional, a maioria das mensagens que circula nos não-lugares faz-se acompanhar da sua correspondente na língua inglesa, sobretudo, nos modos visual e sonoro.

Em termos informativos, por exemplo, assumem-se como formas universais as palavras *Entrance* e *Exit* para indicar entradas e saídas de locais, *Arrivals* e *Departures* para identificar, nos terminais dos aeroportos, os pontos de chegada e partida, respectivamente, *Open* e *Closed* para dar a conhecer o estado de funcionamento de um estabelecimento público, *Welcome* para dar as boas-vindas à entrada de qualquer país ou localidade ou *Warning* para os mais variados tipos de aviso. São, igualmente, comuns as chamadas de atenção “*Mind the gap*”, correspondente ao alerta em português “Atenção à distância entre as portas e a plataforma”, “*Caution! Wet floor*”, em casos de piso molhado, ou algo de carácter mais geral e descritivo como “*Ladies and Gentlemen, we have just landed at the Ninoy Aquino International Airport and we are now taxiing to the NAIA Centennial Terminal 2 [...]*”, dirigido a passageiros de um voo após uma aterragem.

Seguindo uma lógica de categorização das mensagens a apresentar e a desenvolver com mais pormenor no próximo capítulo, constata-se que, também na língua inglesa a categorização segue os mesmos pressupostos. Assim sendo, as mensagens de pendor informativo, prescritivo e proibitivo que, mais adiante, se consideram de maior expressão nos não-lugares, tendem, igualmente, a traduzir-se para a língua inglesa. Pensando na quantidade de discursos que circula nos não-lugares, são exemplos de mensagens prescritivas, em inglês, conselhos como “*Take care of your personal belongings*”, em transportes públicos e em zonas de muito movimento que requerem uma atenção redobrada aos bens pessoais, “*Caution! Keep away*”, sugerindo uma distância de segurança, ou apelos à consciência e ao sentido de

responsabilidade dos utentes, por norma, na sequência de outro tipo de mensagens, como em “*No dogs allowed. Please keep clean*”, “*Marginal conditions – Skiing/Riding not recommended*” e “*We are now landing. Please maintain your seatbelts fastened*”.

Do mesmo modo, surgem como mensagens proibitivas todas aquelas que denotam, expressamente, uma interdição, como “*Permanently closed. Passes revoked for violation*”, “*No smoking*” ou, simplesmente, “*STOP*”.

Como se poderá comprovar, a proibição surge, ora pela enunciação da partícula negativa *não*, nas suas várias possibilidades de articulação, ora pelo recurso aos adjectivos, advérbios e outros artifícios da língua que sugerem as ideias de exclusividade ou restrição. Em inglês a lógica mantém-se, não só neste aspecto mas, inclusive, na relação de complementaridade das mensagens.

A tendência para generalizar o uso do inglês como uma segunda língua em espaços públicos, ao mesmo tempo que facilita a prática dos locais por todos os que não dominem a língua dos países em questão, confirma e reforça o carácter não-identitário dos não-lugares. Senão veja-se: se, por um lado, o inglês não elimina as línguas nacionais, por outro lado, ao acompanhá-las, rouba-lhes destaque. Entre a linguagem icónica e os signos da língua inglesa, a informação expressa na língua nacional acaba por se esbater, ganhando força, apenas, entre os seus falantes – um número reduzido quando comparado com a quantidade de pessoas que compreende e dá primazia ao inglês como língua de comunicação. No entanto, lembrando a discussão sobre a não-identidade do não-lugar, se se considerar o inglês “a língua dos lugares comuns”, então, o inglês, ao mesmo tempo que reforça a não-identidade, acaba por se tornar uma marca identitária dos lugares de passagem.

Embora se dê conta da presença do inglês nos não-lugares, a proposta inicial deste trabalho coloca as formas verbais em segundo plano e faz da imagem o principal veículo de sentido nos não-lugares. Salvos os casos em que há a necessidade de avisos expressos, o inglês, como qualquer outra língua no seu modo verbal, surge, em regra geral, como legenda e complemento dos ícones utilizados nos sistemas de sinalética, por exemplo, enquanto “vocabulário de audiência universal” (Augé 2005, 92).

Tendo em conta a necessária globalidade dos modos de expressão, nos não-lugares vinga a imagem como principal meio de comunicação. Tal facto deve-se às capacidades da imagem que se constitui, ela própria, como um texto capaz de servir os mais variados propósitos comunicacionais. Assim, provando que *uma imagem vale por mil palavras*, a comunicação visual surge, nos não-lugares, como o meio mais adequado para cumprir a função comunicacional da linguagem. Pelas suas características, uma imagem presta-se a uma

identificação e leitura directas, tornando-se um meio de comunicação por natureza mais imediato.

Quando o espaço, em si, não pressupõe qualquer tipo de pertença, mas ao invés, uma presença provisória, os modos de enunciação da informação devem adequar-se à natureza transitória do espaço, não deixando, por isso, de ser eficazes. Como se procurou demonstrar, o carácter não-identitário dos não-lugares é reforçado pela ausência de habitantes. No entanto, estes são, também, lugares de multiplicidade e de encontro. É este facto que leva Augé (2003, 87) a considerá-los como espaços não uniformes, ao mesmo tempo, *cheios* e *vazios*: “cheios de passageiros” e “vazios de habitantes”. A comunicação visual aparece, portanto, nos não-lugares com o princípio de contrariar a sua heterogeneidade, pois vence fronteiras e põe em comunicação entidades não facilmente comunicadoras entre si.

Como se percebe, uma análise ainda que superficial dita a imagem como o principal veículo de transmissão de sentido nas estruturas aqui designadas de não-lugares. Neste trabalho, interessa, portanto, encarar a imagem tal como ela se manifesta nos não-lugares, sobretudo, no que toca à sua forma icónica por via da sinalética e dos esquemas, e compreender os sistemas semióticos que se encontram na base dessas linguagens.

Se a comunicação nos não-lugares se processa desta forma, importa, em última análise, perceber se tal se deve a razões inerentes aos próprios espaços ou, por outro lado, se é a globalização que dita estas condições e, conseqüentemente, legitima estes processos comunicacionais. Por outras palavras, pretende apurar-se se são as características do lugar de passagem que propiciam o tipo de comunicação que nele se efectua ou, de forma mais abrangente, se estes processos apenas reflectem, na comunicação, uma consequência natural da globalização.

### 3.2 O MUNDO REPRESENTADO

A ideia de um mundo idealmente representado há muito que deixou de constituir uma novidade. Esta constatação foi, aliás, assumida de modo convincente no final do capítulo anterior, quando, citando a leitura de Platão por Mitchell (1995, 11), se apresentou a representação como uma das principais actividades inerentes à condição humana: “From childhood man have an instinct for representation, and in this respect man differs from other animal that he is far more imitative and learns his first lessons by representing things.”

No capítulo que se tem vindo a desenvolver, que propõe a análise das linguagens manifestadas nos não-lugares, retoma-se o conceito de representação para dar conta das capacidades da imagem como o meio de representação por excelência nestes locais que, sendo de todos, não são de ninguém.

Em *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Hall (1997, 16) associa o conceito de representação à produção de significado por via da linguagem. Nas suas palavras,

Representation is the production of meaning of the concepts in our minds through language. It is the link between concepts and language which enables us to *refer to* either the 'real' world of objects, people or events, or indeed to imaginary worlds of fictional objects, people or events.

(Hall 1997, 17)

Partindo deste pressuposto, como se havia antecipado, representar consiste em *estar no lugar de* – algo ou alguém –, mas, como se depreende agora pela definição de Hall, contempla também a ideia de um sujeito *para quem* essa relação de representação é estabelecida. A figura do sujeito é fulcral, pois é a forma como este encara o mundo e, logo, o representa, que atribui significado às coisas.

A análise dos processos de representação permite, por um lado, conhecer os sistemas semióticos envolvidos nas práticas comunicacionais e, por outro lado, dar conta dos efeitos pragmáticos da linguagem, considerando, por exemplo, a sua relação com o poder e o modo como esta rege as condutas sociais. Como se depreende, a noção de representação surge, neste trabalho, como um importante instrumento conceptual que deve, por isso, ser tido em conta na análise das mensagens que circulam nos não-lugares.

Falar de representação e de processos semióticos implica, em algum momento, falar de signos como operadores de representação. De facto, *algo que está por algo, para alguém* é, na verdade, a definição de signo e daí resulta a sua função de representação. Se aqui já se definiu o conceito de representação como o responsável pela veiculação de sentido através da linguagem, entende-se, então, que a linguagem funciona ela própria como um sistema de representação, sendo que só o é pela articulação de um conjunto de signos, sejam eles de que tipo forem.

Como se afirmou logo desde o início, aquilo que constitui a realidade nada tem que ver com a forma como esta é representada. Sendo algo de natureza complexa, a realidade é susceptível de diferentes leituras, que originam os mais variados tipos de discurso. É neste sentido que se considera que a realidade é aquilo que se diz sobre ela. Porém, cada um desses

discursos concretiza, apenas, uma de muitas representações possíveis, não anulando uma série de outras possibilidades. Da mesma forma, os meios de produção de sentido são múltiplos, e por mais que se generalizem os signos linguísticos como os que melhor representam a realidade, em bom rigor, estes não são a sua única forma de representação. A relação de representação pode acontecer através de outros tantos signos não linguísticos, sendo disso exemplo a língua gestual, a música ou as artes visuais.

Quando as palavras parecem não ser suficientes, uma imagem pode, realmente, ser a solução. No caso dos não-lugares, esta afirmação não só é válida como dá conta de uma estratégia de comunicação recorrentemente utilizada. Pelas suas propriedades de semelhança e analogia, a imagem desempenhou, desde sempre, um papel determinante na relação do homem com o meio envolvente. Nos dias que correm, fala-se cada vez mais de uma sociedade da imagem que comprova o auge da cultura visual. A obsessão pelo visual torna-se, assim, a marca deste século que, numa analogia com períodos históricos anteriores, se poderia denominar de “século das imagens”. Trata-se de uma época onde o desejo de uma visão sem limites concorre, directamente, com a “cegueira própria da excessiva visibilidade”, numa altura em que “ver não é o mesmo que compreender” (Innerarity 2009, 51). É isto que leva Mitchell (1995, 16) a apontar a “hiper-representação” como estratégia intrínseca da condição pós-moderna.

Marca da condição pós-moderna são também os não-lugares e, tal como Augé (2003, 59) os reconhece em *Le Temps en Ruines*, estes podem ser de dois tipos: “les non-lieux refuge (ceux des camps, de la migration, de la fuite) et les non-lieux de l’image (de l’image qui se substitue à l’imagination par le biais des simulacres et des copies)”. A segunda tipologia, como se confirma, indentifica a representação visual como um recurso vulgarmente usado nos não-lugares. Logo, do mesmo modo que se admitem signos linguísticos, cujos significados dependem de um código que os liga aos respectivos conceitos que designam, também as imagens são signos, na medida em que cumprem funções de representação, sendo, igualmente, significativas em resultado de um processo de codificação.

Podendo representar o mundo, as imagens constituem, na realidade, uma categoria particular de signos: os ícones. Os ícones são signos que representam o seu objecto – real ou imaginário – em função de uma relação de semelhança com o mesmo. Estão, por isso, em causa as qualidades de semelhança e analogia já atribuídas à imagem. Enquanto ícones, vulgariza-se a ideia das imagens como o tipo de signos cuja forma de representar a realidade é a mais fidedigna, ao colocar diante dos sujeitos reflexos deles mesmos e dos seus contextos.

No entanto, este modo de representação pode, muitas vezes, assumir contornos perversos, uma vez que o aspecto análogo das imagens, ao remeter para a ideia de equivalência e relação de identidade com as realidades representadas, não supõe, em momento algum, a reprodução exacta do real. Pelo contrário, vinga a artificialidade na maioria deste tipo de representações, abrindo espaço a subversões, por exemplo, com a manipulação de imagens ao serviço das mais variadas ideologias. Quando assim é, serão os sujeitos capazes de notar que a realidade visualmente representada não é, de todo, aquela que, efectivamente, se vive? Por outro lado, que aspectos da realidade surgem camuflados por detrás das imagens? Ou, ainda, de que modo é que estas actuam na construção do conhecimento? Muito se poderia dizer a este respeito, mas interessa, para já, dar conta da omnipresença da imagem nas sociedades contemporâneas, sobretudo em espaços de natureza pública como os não-lugares.

Tal como acontece com os não-lugares, é com alguma dificuldade que, hoje, se evitam as imagens. Elas estão por toda a parte e vão ao encontro dos indivíduos, quer eles sejam os seus destinatários directos, ou não. Estes, por sua vez, tornam-se, a todo o instante, leitores na e da sua cidade, à medida que nela deambulam. Sobre este assunto, Augé chega mesmo a adiantar, na obra supracitada (Augé, 2003, 55), que o sujeito moderno, enquanto utente do espaço público e, mais concretamente, do não-lugar, circula entre duas séries de imagens: por um lado, aquelas que existem *a priori* da sua passagem; por outro, aquelas que ele próprio produz – através do registo fotográfico de uma viagem, por exemplo. Ao enunciar o segundo tipo de imagens, Augé lança as bases de argumentação que o levam, mais tarde, a definir o espaço do viajante como “o arquétipo do *não-lugar*”, considerando a transitoriedade uma marca essencial de qualquer viagem (Augé 1992, 74).

Apesar de distintos, os diferentes tipos de imagem que preenchem os não-lugares aproximam-se, mais que não seja pelo seu aspecto redundante, relativamente às realidades representadas. Independentemente da postura que assuma face a essas imagens – leitor, consumidor ou criador –, cada indivíduo, no seu dia-a-dia, lidará com um conjunto de representações que, pela via visual, convertem o mundo em espectáculo (Debord 1967) e acabam por transformar os não-lugares em espaços de *déjà vu* (Augé 2003, 86-87). É de notar que, embora não haja qualquer referência directa a Debord no que concerne ao papel da imagem como elemento de espectacularidade, reconhece-se, também na teorização de Augé, aquilo que Debord (1992, 16) diria em relação ao espectáculo e ao papel que nele têm as imagens: “Le spectacle n’est pas un ensemble d’images, mais um rapport social entre des personnes, médiatisé par des images.”

Enquanto representações mediadoras, as imagens de que aqui se fala, simulacros do real, dotam os espaços de familiaridade. Daí provém a sensação de *déjà vu* apontada por Augé aos não-lugares. Por outras palavras, a uniformização dos modos de proceder, reforçada pela redundância informativa torna os não-lugares em espaços de reconhecimento, o que, por sua vez, justifica a aparência idêntica de todos eles, em qualquer parte do mundo.

Apesar do seu aspecto não-identitário, não-relacional e não-histórico, o não-lugar é, pelas razões apresentadas, um espaço que, na sua estranheza, oferece alguma espécie de conforto e tranquilidade ao transeunte. Isto acontece, porque, de uma maneira ou de outra, em algum momento da sua vida, qualquer pessoa terá visto, passado por ou frequentado de forma intencional estes locais. Num contexto em que tudo se desconhece, o não-lugar aparece como uma referência tranquilizadora, sendo aquilo que, tendencialmente, o viajante e/ou turista procuram, em primeiro lugar, num país estrangeiro. Assim, sendo uma das marcas mais evidentes da globalização, o não-lugar e as acções a ele associadas podem ser encarados como uma espécie de garantia de que os sujeitos saberão movimentar-se de forma adequada fora dos seus lugares e contextos culturais.

Dar conta da construção social da realidade por via icónica não deverá, porém, descurar os restantes modos de linguagem utilizados nas práticas comunicacionais nos não-lugares. De facto, ver o mundo através das suas imagens parece, como se defendeu até ao momento, um hábito generalizado. No entanto, nos não-lugares, a predominância da linguagem icónica faz-se acompanhar de uma quantidade de outros sistemas semióticos que, conjuntamente, cumprem propósitos comunicacionais. As discussões em torno da multimodalidade, que se centram na possibilidade de veicular os mesmos significados por diferentes vias em simultâneo, estão relacionadas com estes aspectos e requerem, por isso, reflexão neste trabalho. Atendendo ao facto de que cada discurso se pode realizar de diferentes maneiras, Kress e Van Leeuwen (2001, 20) definem multimodalidade da seguinte forma:

[...] the use of several semiotic modes in the design of a semiotic product or event, together with the particular way in which these modes are combined – they may for instance reinforce each other ('say the same thing in different ways'), fulfil complementary roles [...], or be hierarchically ordered, as in action films, where action is dominant, with music adding a touch of emotive colour and sync sound a touch of realistic 'presence'.

Face ao exposto, a multimodalidade surge como resposta natural à incapacidade de traduzir, através de um único meio, toda a complexidade do real. Por natureza multiforme, a

realidade presta-se a diferentes leituras e representações, pelo que confiná-la a uma única forma textual ou icónica seria redutor. A complementaridade entre os signos linguísticos e visuais foi, desde sempre, assumida, e uma articulação ponderada entre estes dois tipos de linguagem resulta, quase sempre, do ponto de vista comunicacional, em algo proveitoso: se, por um lado, a imagem torna visível “o que o texto não consegue mostrar”, por outro lado, o texto exprime, declaradamente, “o que a imagem não consegue explicitar” (Costa 2011, 57). Neste sentido, o texto e a imagem, mais do que concorrentes ou substitutos, agem de forma complementar.

Se a este argumento se aliar as várias possibilidades de registo da fala – e as manipulações que daí podem resultar tendo em vista uma emissão posterior –, então, junta-se ao texto e à imagem, o som em diferido, e surge a linguagem audiovisual como o recurso favorito dos tempos modernos. A superação do binómio texto-imagem não se dá, apenas, com a entrada de sinais sonoros diferidos na linguagem. Surge, acima de tudo, associada a toda a forma de comunicação que afecte qualquer um dos canais de percepção humana. Sabendo que a percepção humana não se restringe ao campo visual ou, pelo menos, às suas formas de representação mais elementares – ícones –, entram em jogo outros instrumentos de veiculação de sentido que, de forma articulada, tornam a comunicação moderna numa experiência sem precedentes.

É no seguimento desta ideia que se considera o *design* como uma das ferramentas de comunicação mais importantes da actualidade, de tal modo que se tem vindo a assistir ao desenvolvimento da sua disciplina comunicacional – *design* da comunicação e informação –, responsável pela inter-relação de formas como o desenho vectorial, os esquemas, os gráficos ou, até mesmo, a cor, revestindo-os de valências comunicacionais.

Se tudo comunica e, por fim, tudo significa, numa perspectiva multimodal caem por terra as razões que levam a excluir determinadas formas pelo seu suposto aspecto não-comunicacional. Não quer isto dizer que, de acordo com as diferentes estratégias comunicacionais, não se pondere a maneira mais adequada de relacionar os diferentes elementos que farão parte da mensagem. Pelo contrário, defende-se que, dado o carácter abrangente da realidade, quanto mais e melhor integrados estiverem os diferentes operadores de representação, melhor será a representação final. Consequentemente, esta acabará por actuar de forma mais convincente por constituir um retrato mais fiel da realidade.

Enquanto estado normal da comunicação humana na contemporaneidade, a multimodalidade implica uma actividade interdisciplinar estratégica. Tal actividade engloba, não só a produção de mensagens sob a forma textual, mas também um conjunto de meios não

linguísticos que, desta forma, abrem espaço a colaborações entre profissionais de diferentes áreas, como sejam, por exemplo, os jornalistas, os designers gráficos, os urbanistas e os arquitectos.

Um exemplo do que acaba de se descrever é o processo semiótico subjacente à sinalética, disciplina da comunicação visual cujo principal objectivo é o de orientar e de tornar mais inteligível e intuitiva a utilização dos espaços de acção humana. É este motivo que justifica a forte incidência da sinalética, também – e sobretudo –, nos espaços transitórios que aqui têm vindo a ser explorados. Se, inicialmente, se apontaram as instruções de uso como o tipo de mensagem que mais circula pelos não-lugares, percebe-se, agora, que a forma mais comum de as veicular é por via do projecto sinalético.

Por se entender a análise da sinalética fundamental para o estudo que se propõe nesta dissertação apresentam-se alguns esclarecimentos sobre esta disciplina, atentando na sua definição, na sua importância enquanto sistema de comunicação visual, nos diferentes elementos que relaciona, tendo em conta as estratégias de comunicação em causa e na sua relação com o sujeito utente do não-lugar.

### 3.3 A SINALÉTICA COMO GUIA

Na acepção de Costa (2011, 95), a sinalética é “uma disciplina da comunicação ambiental e da informação, que tem por objecto orientar as decisões e as acções dos indivíduos em lugares onde se prestam serviços”. Como o autor esclarece de seguida, a sua definição identifica a sinalética não só como um elemento da comunicação visual, mas, mais importante, como “parte da disciplina da comunicação ambiental”. Sobre a comunicação ambiental, continua Costa (2009, 95):

[...] admite um campo de recursos comunicativos mais aberto e global, onde comunica não apenas o design gráfico mas também a arquitectura, a iluminação, a organização dos serviços e o meio em geral como *lugar da acção*.

Com esta definição, Costa destaca aquela que é uma das funções essenciais da sinalética e que tem vindo a ser defendida ao longo destas páginas: a difusão de “*informação utilitária*”. Ao “orientar as decisões e as acções dos indivíduos”, os efeitos da sinalética resultam na satisfação dos utentes do espaço que, por vários meios, alcançam os fins pelos quais ali se encontram. Por último, e sem grande esforço, reconhecem-se, nesta definição, as afinidades com os não-lugares, nomeadamente, pela referência à prestação de serviços. De

facto, como explica Costa, a sinalética surge em resultado do desenvolvimento do sector dos serviços, numa época em que o ritmo de vida e o desenvolvimento da tecnologia implicam a brevidade das comunicações. Como se viu, a comunicação no espaço público reduz-se ao essencial, vingando as formas de linguagem mais básicas. É, então, neste sentido, que surge a sinalética.

Ainda que esta seja uma parte essencial do *design* de informação, de forma alguma se confunde com ele. Como Costa (2011, 99) clarifica, numa entrevista à revista espanhola sobre *design* e comunicação visual, *Visual*,

A sinalética é uma das suas facetas [do *design* da informação]. É informação instantânea, inequívoca, utilitária, de usar e deitar fora, porque assim que encontramos um determinado sinal que nos guia esquecemo-lo e fixamo-nos no seguinte.

A referência a “sinal” não deve, de modo algum, gerar a ilusão de co-naturalidade entre a sinalética e o sistema de sinalização urbana e viária. Os objectivos de um e de outro sistema são diferentes: a sinalética, tendo como principal função identificar os espaços, informar e guiar o utilizador do espaço público, por si só, não tem poder para regulamentar o trânsito e a segurança rodoviária. Contrariamente à sinalização urbana e viária, a sinalética não se impõe aos sujeitos como norma – ainda que o acatamento da informação que veicula normatize os comportamentos. Ao invés, rege-se pelo princípio funcional da comunicação, conjugando o máximo de informação possível com o mínimo de elementos, pressupondo, também, o mínimo esforço por parte do destinatário para o seu reconhecimento e entendimento. Por isso, enquanto a sinalização pressupõe um sistema universal criado para regulamentar o fluxo de pessoas e veículos, a sinalética surge com o intuito fundamental de orientar pessoas, facilitando-lhes o acesso aos serviços prestados nos espaços a que acedem. É, neste sentido, um instrumento de comunicação contextualizado.

Outra das marcas da sinalética é a sua presença silenciosa. Os seus suportes não provocam impacto nem recorrem ao uso da estética para atrair a atenção dos transeutes. Pelo contrário, limitam-se a formas simples que, de maneira directa, direccionam o olhar dos que passam, sem que, para isso, seja necessário parar ou dedicar mais do que uns breves segundos para a sua leitura. Assim, se é verdade que se pode atribuir à eficácia do sistema de sinalética a responsabilidade pela imagem geral do espaço em que está inserido – sendo que, quanto mais eficaz, mais positiva é a imagem dos serviços prestados –, também é verdade que, por via de uma sinalética eficaz, sai reforçado o carácter transitório destes espaços.

A eficácia que se reconhece à sinalética, enquanto sistema de comunicação visual, passa pela função de representação dos elementos icónicos que a constituem. Mais do que imagens com um sentido literal, os vários elementos utilizados em sistemas de sinalética, uma vez convencionados, passam a ser reconhecidos pela maioria como parte de um grande código que se pretende universal, transportando consigo diferentes tipos de mensagem. Fala-se, a este respeito, de pictogramas e de ideogramas. A diferença entre uns e outros prende-se com o nível de complexidade utilizado no processo de codificação das mensagens. Isto é, enquanto um pictograma assenta na representação gráfica, pelos seus traços de semelhança, de seres, objectos ou acontecimentos, um ideograma resulta da combinação entre dois, ou mais, pictogramas, com o intuito final de designar ideias. Em ambos os casos, a representação assume, apenas, contornos figurativos, sem a presença de qualquer signo linguístico. No entanto, apelando às vantagens da multimodalidade, cada vez mais, os pictogramas e os ideogramas surgem articulados com outros elementos, particularmente, textuais.

Do sujeito responsável pelo desenvolvimento de um projecto sinalético espera-se, portanto, uma elevada capacidade de abstracção para dispor, de forma clara, a informação útil ao utilizador do espaço público. É o chamado *design* de utilidade pública onde, mais do que a criatividade, importa a forma lógica e pragmática de simbolizar o real. É na sequência desta ideia que Costa refere a linguagem dos esquemas e dos gráficos como recurso, frequentemente, utilizado na tarefa de tornar a relação com o espaço mais espontânea e inteligível. Acérrimo defensor da “esquemática” “como processo criativo”, Costa (2011, 99) chega mesmo a considerar uma ciência responsável pelo estudo dos “esquemas como linguagem”: a “esquemática”. É este facto que o leva, em 1998, a publicar a obra *La Esquemática – Visualizar la información*, onde analisa as características do ambiente citadino:

[...] um cenário múltiplo, inteligível e normalizado. A sua representação em papel constitui um modelo esquemático que nos permite compreender uma realidade complexa que de outra forma seria difícil de compreender e de utilizar.

(Costa 2011, 98)

A forte tendência para esquematizar a vida leva Costa (2011, 122-123) a apontar a linguagem dos esquemas como mais uma forma de comunicação visual, uma vez que também esta se organiza a partir de um conjunto de unidades mínimas, que se relacionam de acordo com uma sintaxe própria, tendo em vista a comunicação de informação útil e fácil de lembrar pelo usuário dos espaços em causa.

Tal como na sinalética, a informação que os esquemas transmitem permanece a curto prazo na memória dos indivíduos. O carácter utilitário dessa informação faz com que esta seja rapidamente esquecida, após a satisfação da necessidade que levou à sua apreensão, para, de seguida, se assimilar uma nova informação. Já na definição de sinalética acima apresentada, Costa dá conta desta propriedade da linguagem icónica. Mais uma vez, não havendo associação directa entre esta característica da sinalética e a definição de palavras de ordem proposta por Deleuze e Guattari, da análise das duas definições encontram-se as afinidades que levam, neste ponto, à sua associação. Compare-se, então, a declaração de Costa sobre a sinalética e as considerações que se seguem, de Deleuze e Guattari (1980, 107), a respeito de palavras de ordem:

[...] quand on demande quelle est la faculté propre au mot d'ordre, on doit bien lui reconnaître des caractères étranges: une espèce d'instantanéité dans l'émission, la perception et la transmission des mots d'ordres; *une grande variabilité, et une puissance d'oubli qui fait qu'on se sent innocent des mots d'ordre qu'on a suivis, puis abandonnés, pour en accueillir d'autres*<sup>1</sup>; une capacité proprement idéale ou fantomatique dans l'appréhension des transformations incorporelles; une aptitude à saisir le langage sous les espèces d'un immense discours indirect.

Como se nota – e se exemplificará já de seguida, no capítulo final –, do mesmo modo que as palavras de ordem se encontram, intrinsecamente, ligadas a pressupostos implícitos, isto é, a um conjunto de actos não discursivos que se realizam no e/ou pelo enunciado, também as formas de sinalética, ainda que privadas de elementos textuais, incitam a acções precisas. Uma seta, por exemplo, é indicativa de sentido e, como tal, pressupõe actos precisos, sendo estes indicados de forma expressa, ou não. Esta relação, como se verá, é ainda mais evidente quando se analisam os textos difundidos nos não-lugares.

Como adianta Augé (2005, 81), os não-lugares definem-se, também, pela informação que neles circula. Tendencialmente, afirma o autor, esta informação aparece sob a forma de mensagens informativas, prescritivas e proibitivas, que constituem, como já se apontou, as instruções de uso dos espaços. É a partir deste pressuposto que no último capítulo desta tese se propõe o levantamento e análise de algumas das mensagens emitidas nos não-lugares, atentando nos seus modos de enunciação e nos seus efeitos práticos nos sujeitos.

---

<sup>1</sup> O recurso ao itálico serve, apenas, para dar destaque ao que poderá legitimar o argumento proposto.



## **CAPÍTULO 4**

### **OS NÃO-LUGARES E AS SUAS INSTRUÇÕES**



Whatever their other differences, they should follow the same patterns of behaviour hints: and clues triggering the uniform pattern of conduct should be legible to them all, regardless of the languages they prefer or are use to deploy in their daily endeavours. Whatever needs to be done and is done in 'non-places', everyone there should *feel* as if *chez soi*, while no one should *behave* as if truly at home.

ZIGMUNT BAUMAN, *Liquid Modernity*

Partindo da proposta de Augé quanto à tipologia das mensagens emitidas nos não-lugares, considera-se que uma nova actualização poderá ser feita. Se, por um lado, se reconhecem as funções informativa, prescritiva e proibitiva da linguagem elencadas na obra que se toma como referência nesta dissertação (Augé 1992), por outro lado, constata-se que, cada vez mais, outro tipo de mensagens invade estes espaços com o intuito de contrariar a sua natureza transitória e colmatar as principais falhas apontadas ou, simplesmente, em resultado do aparecimento de outras formas de expressão. Poder-se-á, portanto, acrescentar às mensagens informativas, prescritivas e proibitivas já mencionadas, aquelas de cariz persuasivo – linguagem publicitária e comunicação institucional –, as de puro entretenimento – vídeos, música ambiente, por exemplo – ou, ainda, os *graffiti* como manifestações da *street art*. Contudo, para efeitos do estudo que aqui se propõe, interessa, apenas, contemplar os tipos de mensagem considerados estruturantes dos não-lugares. Deste modo, da análise dos principais não-lugares – centros comerciais, transportes públicos e espaços afectos, autoestradas, pontes, hotéis, elevadores, superfícies comerciais e de recreio –, corrobora-se o pensamento que leva Augé a apontar as mensagens do tipo informativo, prescritivo e proibitivo, como as mais significativas nos lugares transitórios. Sabendo que estes três tipos de mensagem tendem a articular-se, poder-se-ia, ainda, apontar um quarto tipo de natureza híbrida.

Até aqui deu-se conta dos diferentes modos utilizados na constituição das mensagens direccionadas aos utilizadores dos não-lugares, chegando-se à conclusão que estas são, maioritariamente, emitidas sob a forma visual. Quando assim não é, a linguagem verbal tende a acompanhar as formas icónicas. Raros são os casos em que a palavra surge isolada. À excepção do aspecto oral e escrito da linguagem verbal em avisos sonoros e letreiros luminosos, respectivamente, as mensagens constituem-se, como se defendeu, por via multimodal. Assim, da mesma forma que se apontaram os três tipos de mensagem com maior expressão nos não-lugares, identificam-se como principais modos de enunciação as vias visual, sonora e táctil. A ordem pela qual se enunciaram estes modos não deve parecer aleatória, mas indicativa da sua predominância nos espaços considerados.

Sendo o modo que mais abunda nos não-lugares, o modo visual surge, de maneira geral, sob a forma da linguagem icónica e, mais especificamente, nos sistemas de sinalética, nos esquemas e nos gráficos, nos sinais cromáticos e na escrita como forma tangível da língua enquanto modalidade verbal de comunicação. Os sinais sonoros, por seu turno, aparecem pelo recurso a sonoridades produzidas de maneira deliberada para fins comunicacionais, como sejam certos toques e apitos ou, ainda, pelo aspecto oral da linguagem verbal. Por fim, e em menor quantidade, a informação táctil dá corpo aos vários argumentos em torno das linguagens inclusivas – transcrição da língua para o sistema de escrita *Braille* e aplicação de letras em alto-relevo – ou, ainda, pelo recurso a pavimentos com relevo para realçar a proximidade a zonas limítrofes – no chão, junto a plataformas de embarque, por exemplo. Se aquando da definição dos tipos de mensagem se chamou a atenção para um último tipo de natureza híbrida, em resultado do cruzamento de, pelo menos, duas das funções apontadas, em bom rigor, há que dar conta, também, da linguagem audiovisual como um quarto modo que associa os campos visual e sonoro, pese embora a reduzida importância que lhe é atribuída neste trabalho.

Posto isto, analisam-se, de seguida, a incidência, e respectiva função, de cada tipo de mensagem nos não-lugares, com base em exemplos concretos que permitam fazer um diagnóstico das práticas comunicacionais e, conseqüentemente, do tipo de relações que se estabelecem nestes lugares de passagem.

#### **4.1 MENSAGENS INFORMATIVAS**

Assumindo que todos os tipos de mensagem aqui mencionados têm em comum, apesar das suas especificidades, uma função comunicativa, as do tipo informativo, entre todas as mensagens, são aquelas que poderão gerar maior controvérsia. De facto, não raras vezes se encontram tratados como sinónimos os termos *informação* e *comunicação*. Logo, considerando que tudo o que comunica passa, invariavelmente, algum tipo de informação e, por outro lado, que toda a mensagem tem, antes de mais, uma função comunicativa, então, a mesma lógica dirá que toda a mensagem é, em última instância, informativa. Para que não se incorra neste tipo de raciocínio, considerem-se as mensagens informativas sugeridas por Augé como aquelas que propõem informação factual e útil sobre os não-lugares e os serviços neles prestados. Na maioria dos casos, são estas mensagens que identificam e descrevem, de um ponto de vista objectivo, os espaços, não propondo, com isso, qualquer tipo de juízo adicional.

Apesar do aspecto idêntico dos não-lugares, para aqueles que frequentam os espaços pela primeira vez, a insegurança e a vulnerabilidade são sentimentos normais. É, sobretudo, nesses casos que as mensagens informativas cumprem melhor a sua função. Juntamente com as mensagens com função de entretenimento, a comunicação informativa apazigua o sujeito, contribuindo para uma maior eficácia da relação deste com o espaço. São, por isso, na sua grande maioria, mensagens curtas e simples, passíveis de uma apreensão rápida e com influência directa no estado de espírito dos utentes. Pense-se que as informações prestadas podem, como se disse, assumir contornos tranquilizadores, mas é também por esta via que se fazem chegar os avisos de última hora que podem ir de encontro às necessidades dos transeuntes, causando-lhes transtornos consideráveis.

Pela importância do seu conteúdo, as mensagens informativas são aquelas cuja emissão se dá pelas três principais vias já admitidas. A grande preocupação das entidades que gerem os espaços passa por fornecer as informações julgadas pertinentes a um maior número de pessoas, sabendo que necessidades específicas implicam um cuidado redobrado na emissão dessas mensagens. Apesar do esforço para o desenvolvimentos de linguagens inclusivas, este continua a ser um assunto sensível, na medida em que não existe um modo de comunicação universal que afecte todos os sujeitos, independentemente das suas especificidades e limitações. Na maioria das vezes, um ou outro canal de percepção humana acaba por sair negligenciado. No entanto, é sem dificuldades que se encontram os registos visual, sonoro e táctil destas mensagens nos não-lugares.

Em termos visuais, a utilização de mensagens informativas com a função de indentificação dos espaços e serviços cumpre-se, facilmente, pela via icónica – *vd.* Figura 1. O recurso a pictogramas e ideogramas dispensa a presença da linguagem verbal, sem que isso torne a relação com o espaço menos intuitiva.

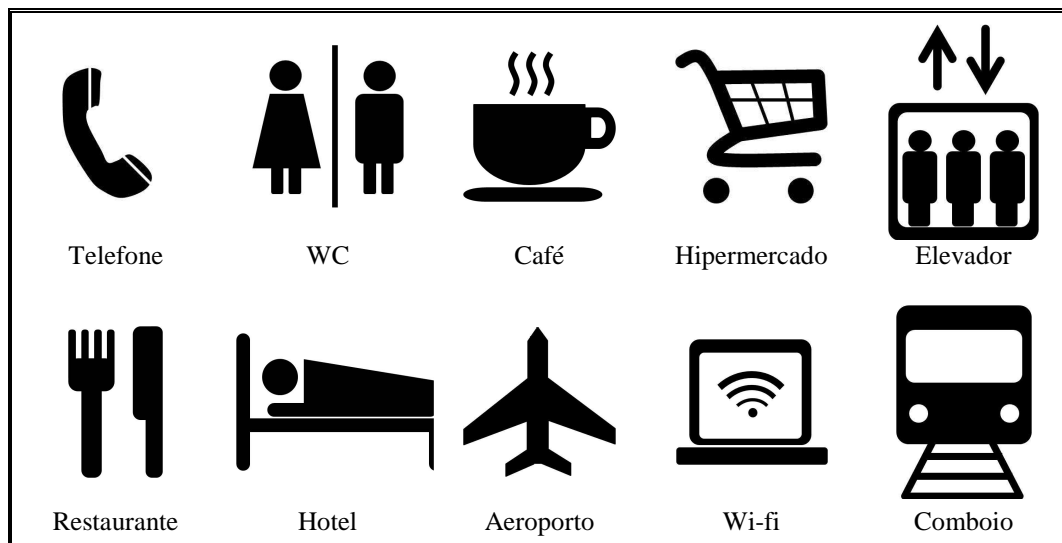


Figura 1 – Exemplos de ícones utilizados em mensagens informativas

Pelo contrário, como se explicou, a representação icónica permite um reconhecimento imediato pela partilha de um mesmo código e, em função disso, o acesso directo aos fins que motivam a presença dos indivíduos nos espaços em causa. As legendas usadas para identificar cada um dos ícones da figura 1 nada acrescentam às suas formas gráficas. Dado o conhecimento geral dos ícones que traduzem, as legendas são, aliás, redundantes. Estes ícones estão de tal modo convencionados que, ainda que privados de uma transcrição verbal, têm a mesma leitura em qualquer parte do mundo. Tal facto justifica a sua generalização nos não-lugares, sendo que o aspecto internacional destes espaços apenas reforça o carácter acessório e, logo, dispensável, dos signos linguísticos que, redundantemente, os podem acompanhar.

Por outro lado, se se considerarem os vários mapas, plantas ou diagramas de rede de transportes – *Vd.* Figura 2 – com os quais os indivíduos se cruzam no seu dia-a-dia, identifica-se um conjunto de outras formas de veicular mensagens informativas pela via visual. Em qualquer um destes casos o intuito é o mesmo: facultar um conjunto de informações que, pela sua utilidade, poderão facilitar o percurso dos utentes. No caso específico de alguns mapas ou dos diagramas de rede, a informação surge não só pela via esquemática, mas também por via da cor.

Há muito que os estudos cromáticos identificam a cor como um instrumento de comunicação com forte influência no pensamento e, por conseguinte, no comportamento humanos. Em *A Psicologia das Cores – Como actuam as cores sobre os sentimentos e a razão* (2009, 17), Heller comprova que a relação das cores com a matéria não é tão arbitrária

quanto se julga. Naturalmente, o homem tende a associar determinados valores às cores, colocando-as num patamar conotativo. Do mesmo modo, também nos não-lugares se reconhece o uso da cor não apenas por questões estéticas, mas, acima de tudo, pelas suas funções comunicativas.



Figura 2 – Exemplos do uso da cor com fins comunicacionais

Quando, em qualquer metropolitano, se observa um grupo de pessoas que, seguindo sozinhas, fazem um mesmo trajeto, reconhece-se que aquilo que motiva o comportamento comum é o acatar de um percurso sugerido para o acesso a qualquer uma das linhas desse metropolitano. Como se sabe, a atribuição de cores às linhas de um metropolitano é uma estratégia generalizada e quando essa atribuição acontece com o único intuito de identificar as

várias linhas, então, a cor é usada com uma função informativa. Pelo exemplo dado, percebe-se que a cor pode, inclusive, sugerir acções específicas e, desta forma, assumir uma função prescritiva – este tipo de mensagens será explorado mais adiante.

Um outro exemplo do uso da cor apenas como informação é o recurso às cores verde e vermelho como indicadores de permissão e interdição, respectivamente. Pense-se, por exemplo, nos semáforos – com todas as ressalvas já feitas sobre as diferenças entre a sinalética e o sistema de sinalização viária e urbana. É em função do reconhecimento do sistema de valores associado ao sistema de sinais cromáticos que se geram os comportamentos adequados a cada situação. Neste sentido, pára-se ou avança-se em função da leitura do vermelho ou do verde. É de notar que o despoletar do sistema pragmático dá-se mais pelo reconhecimento das cores do que pela leitura dos pictogramas que podem acompanhar essas cores. No caso dos semáforos para peões, por exemplo, os ícones que traduzem as ideias *avancar* e *parar* diferem, embora a grande maioria dos indivíduos não tenha consciência disso. No primeiro caso, a representação dá-se por via de uma figura que indica movimento, ao passo que no segundo caso a figura surge parada. Apesar de diferentes, o que dita os comportamentos, num e noutro caso, é a cor da luz emitida, mais do que tudo o resto. Mais uma vez, quando se desvia o foco da cor como mensagem informativa para a capacidade que esta tem de despoletar certas acções, entra-se, também, no campo das mensagens prescritivas. É esta dificuldade de encarar as mensagens de forma estanque que levou a que se sugerisse tipos de mensagem híbridos. No exemplo aqui tratado, faria sentido falar-se, se possível, de uma mensagem do tipo informativo-prescritivo, em tudo diferente daquelas com uma função, meramente, identificativa.

Por último, mas não menos importante, tome-se a escrita como uma forma de fixar visualmente a língua. Consideradas essenciais, as mensagens informativas são, de facto, aquelas que mais se servem da linguagem verbal, recorrendo, principalmente, a frases do tipo declarativo. Por se julgarem informações pertinentes, estas mensagens fazem-se acompanhar de chamadas de atenção, através das quais se interpelam, directamente, os utilizadores – “Senhores passageiros [...]” – ou recorrendo a palavras e expressões que os mantêm alerta – “Cuidado [...]”, “Atenção!”. Os suportes são vários e vão desde letreiros luminosos ao longo das autoestradas e em estações de metro e comboio, a placas fixas que identificam os espaços – “Bem-vindo ao Centro Comercial Colombo”; “Estação de Sete-rios”; “Refeitório 2” –, passando por placares e pósteres com avisos pontuais que não justificam a sua presença permanente – “Atenção: Greve Geral no próximo dia 14 de Novembro”; “Estamos em obras. Entrada pela porta C” – ou, ainda, por exemplo, por títulos de transporte e talões de compra.

Retomando a questão das linguagens inclusivas, a linguagem verbal na sua forma escrita assume uma importância preponderante, sobretudo, para aqueles que, por limitação, não podem ter acesso aos avisos pontuais de outra forma mais directa. Pense-se no caso da surdez, por exemplo: privados do reconhecimento de qualquer articulação sonora, os surdos apenas terão acesso à informação que surja disponibilizada de forma expressa. Por este motivo, qualquer perturbação que interfira num dos serviços fornecidos em algum dos não-lugares assinalados, deverá ser comunicada não apenas pela via sonora, mas por qualquer outra via que permita a um surdo aceder a essa informação. Por todas as razões, a escrita parece a melhor opção. Como se verá já de seguida, os aspectos visual e sonoro das mensagens não devem ser vistos como alternativos, mas como complementares. Optar apenas por uma única forma de comunicação significa cair no erro de negligenciar necessidades particulares – entenda-se, a este respeito, a negligência de qualquer tipo de limitação, esteja ela associada ao campo da visão, da audição ou outro.

No que diz respeito ao modo sonoro das mensagens informativas, este surge, essencialmente, associado ao aspecto oral da linguagem verbal, por um lado, e aos diferentes tipos de sons produzidos para comunicar casos específicos, por outro lado. Dada a imprevisibilidade de algumas situações, em casos de necessidade de avisos de última hora, a via sonora é aquela que, de forma imediata, é accionada para comunicar, pontualmente, tais imprevistos. Por uma questão prática, mais fácil e rapidamente se recorre a um microfone para dar conta de uma urgência do que a um placar com informação escrita. No entanto, a escrita, como se frisou, não é dispensável. Pelo contrário, deve surgir como complemento da modalidade sonora, como reforço da informação ou, simplesmente, como forma de atingir todos aqueles que, por várias razões, não são afectados pelos avisos sonoros. A relação de redundância entre a informação disponibilizada nos letreiros luminosos e aquela que se emite pela via sonora é, assim, comum nos não-lugares. São exemplos deste tipo de avisos as mensagens que sugerem perturbações num determinado serviço – “Informamos que, por motivos de avaria, a circulação na linha verde encontra-se interrompida.”, “Senhores passageiros, o comboio procedente de [...] foi suprimido. Pedimos desculpa pelos incómodos causados.”, “Contrariamente à informação prestada, o comboio procedente de [...] e com destino a [...], dará entrada na linha número [...]”. Porém, não se comunicam, pela via oral, apenas informações de última hora. A utilidade da linguagem verbal cumpre-se, também, nos anúncios que identificam as estações e paragens dos meios de transporte, bem como a sua ligação a outros meios de transporte – “Próxima estação: Entre campos. Há correspondência com o Metro, a Fertagus e a Carris”, “Próxima estação: Sete-rios. Há correspondência com os

comboios da linha de Sintra e o Eixo Norte-Sul.” –, e através de informações de carácter geral e descritivo – “Estimados clientes, informamos que o nosso estabelecimento encerra às 20 horas.”, “Senhoras e Senhores passageiros, dentro de momentos aterraremos em Düsseldorf. São 10 horas e 23 minutos, mais uma hora que em Lisboa, e a temperatura é de 10 graus Celsius [...]”.

A par com a linguagem verbal, há uma série de outras sonoridades que, também privadas de qualquer referência linguística, são reconhecidas como passando informações. É o caso dos sons/apitos que anunciam a chegada dos meios de transporte, que indicam o fecho das portas, que dão a conhecer ao condutor a intenção dos passageiros de sair na próxima paragem ou, ainda, que informam os passageiros da validação, ou não, do seu título de transporte. Também aqui estão implícitos processos de representação, desta feita, entre as informações que se pretendem comunicar e as formas sonoras estabelecidas e aceites, convencionalmente, para as veicular.

Por fim, o registo táctil das mensagens informativas dá-se a três níveis: através da transcrição para o sistema de escrita *Braille* das informações consideradas relevantes, pelo recurso a letras em alto-relevo e, também, com a aplicação de pavimentos tácteis, estrategicamente colocados junto a zonas limite que requerem uma atenção especial.

O *Braille* é, de facto, um meio de comunicação de suma importância para maioria dos deficientes visuais<sup>1</sup>. No entanto, por se tratar de um sistema de escrita com as suas particularidades, este implica uma aprendizagem, sem a qual a informação se torna ilegível. Deste modo, como adianta a Associação de Cegos e Amblíopes de Portugal (ACAPO) no manual de design de sinalética disponibilizado no seu *site* (em [www.acapo.pt](http://www.acapo.pt)), o *Braille* não pode ser encarado como a única opção, até porque, comparativamente a outros meios, implica custos mais elevados (ACAPO 2011, 15). Pela importância reconhecida às mensagens do tipo informativo, o ideal seria que toda a informação disponibilizada por qualquer outro meio fosse também veiculada pela via táctil. A forma mais adequada de o fazer, como se propõe no manual supracitado, seria pela inclusão de formas tácteis em todos os suportes de sinalética, por exemplo. Assim, com ou sem limitações, todos teriam acesso à mesma informação considerada fundamental na relação com o espaço.

No entanto, apesar do reconhecimento da importância das mensagens tácteis, e do esforço considerável por parte das entidades que gerem os não-lugares para a inclusão destas

---

<sup>1</sup> A “deficiência visual” surge aqui citada, apenas porque é assim admitida pela Associação de Cegos e Amblíopes de Portugal (ACAPO).

mensagens nos espaços designados, a informação táctil continua a ser escassa, chegando mesmo a assumir contornos redutores com a simplificação abusiva dos assuntos comunicados. Na maioria destes casos, os processos de representação transcrevem, apenas, a informação estritamente necessária, apelando-se à complementaridade dos restantes modos de enunciação, sobretudo, os sonoros. Esta é, também, uma das razões que tem levado ao crescente desuso deste sistema de escrita.

Um último tipo de mensagem táctil está associado ao uso de pavimento táctil na via pública. De acordo com a ACAPO (2011b, 3), existem diferentes tipos de piso, cada um deles com o seu propósito comunicacional. Tendo em conta que “[...] as boas e melhores práticas no campo da acessibilidade vão além das disposições legais [...]”, propõe-se, no documento formulado por esta associação sobre o uso de pavimento táctil na via pública, o reajuste do Decreto-Lei 163/2006 de 8 de Agosto, cujas normas apenas asseguram as “condições **mínimas** de acessibilidade”. Identificam-se, então, três principais perfis de pisos, idealmente, pensados para direccionar os indivíduos no espaço público e permitir o reconhecimento e o acesso justo aos locais de eventual interesse: “piso de alerta”, “piso direccional” e “piso de cautela”. Tais pisos deveriam ser aplicados não só no início e no fim das passagens de peões sujeitas a obras ou outro tipo de alteração – tal como prevê a legislação –, mas em todas as faixas de aproximação e presença de invisuais, como sejam as passadeiras, os separadores centrais, as zonas pedonais, os cruzamentos, as escadas, as rampas, as paragens e estações dos vários meios de transporte ou, até mesmo, as entradas de determinados edifícios públicos (ACAPO 2011, 3-27).

Dadas as especificidades das mensagens tácteis, a correspondência com os tipos informativo, prescritivo e proibitivo é menos óbvia, mas, ainda assim, possível. Neste ponto interessa, acima de tudo, dar conta do aspecto táctil das mensagens informativas, pelo que se devem contemplar, apenas, os já referidos pisos de alerta e de cautela. O primeiro, também conhecido por piso “pitonado”, estabelece uma linha de segurança, informando o limite máximo a partir do qual a segurança individual corre riscos. Por esta razão, é colocado em faixas de aproximação, como as plataformas de embarque e desembarque ou passadeiras para peões. As dificuldades já apontadas a uma definição estanque das mensagens, pode levar à consideração de que o piso de alerta, mais do que informar a proximidade do perigo, proíbe um avanço nesse sentido. De facto, embora não surja de forma expressa, pelo recurso a signos linguísticos, a proibição está implícita e é assim entendida por todos aqueles que conseguem descodificar a função desse piso “pitonado”. Neste caso, a linha que separa as mensagens informativas das mensagens proibitivas é muito ténue. Portanto, mais importante do que aquilo

que é dito e o modo como é dito, é a forma como cada um lida com essa informação. O mesmo se pode dizer do piso de cautela. A diferença deste segundo piso relativamente ao piso de alerta é, mais uma vez, muito subtil e prende-se, talvez, com o nível de perigo em que se incorre se não se acatarem as sugestões implícitas.

Apesar daquilo que os distingue, ambos os pavimentos identificam situações de perigo. No que concerne ao piso de cautela, é usado para sinalizar o início e o fim de escadas, de rampas e de degraus isolados, desta feita através de barras arredondadas colocadas, transversalmente, à frente de cada estrutura. Repare-se que, se num primeiro momento se deu destaque ao carácter identificador das mensagens informativas, agora, confirmam-se os pisos de alerta e de cautela como exemplos de formas tácteis utilizadas na veiculação deste género de mensagens. Por outro lado, embora idealizados para facilitar o percurso de portadores de deficiência visual na via pública, os pavimentos tácteis, pelos materiais e cores utilizados na sua aplicação, acabam por impor os mesmos limites a todos os que, de uma maneira geral, os identificam como sinalização, reforçando o carácter multimodal da comunicação contemporânea.

#### 4.2 MENSAGENS PRESCRITIVAS

Quando, no desenvolvimento deste capítulo, se falou da faculdade performativa da linguagem chamou-se a atenção para a capacidade de determinados enunciados despoletarem um conjunto de acções. Tais acções, por natureza não discursivas, são sugeridas pelos enunciados ou, em outros casos, como mostram as teses de Austin (1962), apenas se concretizam quando são proferidas. Segundo Austin (1976, 12): “[...] *to say something is to do something; or [...] by saying or in saying something we are doing something*”. Na sequência da constatação de que, de facto, existem relações intrínsecas entre a fala e determinadas acções que se atingem quando ditas ou, de um modo geral, quando se fala, Austin denomina tais acções de *actos da fala*, também conhecidos por *actos ilocutórios*. Considerem-se, portanto, como actos da fala os enunciados que expressem, entre outros, promessas, ordens, saudações, avisos, conselhos, convites ou felicitações. A menção que aqui se faz à teoria dos actos da fala desenvolvida por Austin deve-se, unicamente, ao facto de, também nos não-lugares, se encontrar uma quantidade considerável destas referências.

Por se tratar de espaços que prestam serviços, e que, por isso, supõem práticas muito precisas, as mensagens que circulam nos não-lugares tendem a ser emitidas de modo a incutir nos seus utentes acções já estipuladas. Na sua grande maioria, as acções desencadeiam-se a

partir de palavras ou de frases curtas que, como Augé sugere, mais não são do que instruções de uso dos espaços em que se inserem. A força da linguagem para se impôr aos indivíduos, por um lado, e a relação imanente entre as instruções e as acções por estas despoletadas, por outro lado, motivou a anterior associação entre os enunciados verificados nos não-lugares e as palavras de ordem defendidas por Deleuze e Guattari. São as palavras de ordem que comandam e orientam as acções dos utilizadores destes espaços e, em última instância, constituem um tipo de mensagem cujo objectivo é, em tudo, diferente dos das mensagens informativas exploradas até ao momento. Na medida em que este outro tipo de mensagem prescreve comportamentos, adopta-se agora a designação de Augé e exploram-se, nesta parte, as mensagens prescritivas, próximas dos chamados acto ilocutórios directivos.

Em traços gerais, pelo exposto, identificam-se como mensagens prescritivas aquelas que fornecem qualquer tipo de informação com uma série de pressupostos implícitos, isto é, mensagens que medeiam a relação com o espaço sugerindo acções imediatas. As acções propostas, por sua vez, tanto podem ser aquelas que, comumente, se aceitam como as melhores práticas nesses espaços ou, outro tipo de acções que podem, por exemplo, reforçar a adesão ao espaço, levar à aquisição de um produto ou serviço ou, ainda, apoiar determinadas causas. Mais uma vez, para o desenvolvimento deste trabalho, interessam as mensagens que estruturam os não-lugares. Por este motivo, focam-se, somente, as mensagens do tipo prescritivo com relação directa com os espaços transitórios. É, também, de reforçar a ressalva já feita a respeito da utilização do termo *informação*, enquanto conteúdo de uma mensagem, que não deve ser confundido com a tipologia de mensagens, em si – mensagens informativas. Porém, e apesar desta última chamada de atenção, lembra-se que a distinção entre uma e outra tipologia sai dificultada com a possibilidade da sua articulação.

Com efeito, as mensagens prescritivas seguem-se, quase sempre, a mensagens informativas, como que legitimando as prescrições apontadas. A título de exemplo, considere-se a seguinte chamada de atenção: “Senhores passageiros, dentro de momentos, dará entrada na linha número 2 um comboio sem paragem. Pedimos, por favor, que se afastem dos limites da plataforma.”. Constituída por duas frases, esta chamada de atenção é, ao mesmo tempo, informativa e prescritiva. Senão veja-se: enquanto, num primeiro momento, se informa sobre a passagem de um comboio sem paragem, num segundo momento, sugere-se uma acção – o afastamento da plataforma –, justificando-se a sugestão pela informação fornecida anteriormente.

Do mesmo modo que as mensagens informativas, as do tipo prescritivo julgam-se pertinentes, seja porque procuram garantir a segurança daqueles que frequentam os espaços

onde são veiculadas, aconselhar os melhores meios para alcançar os diversos fins nesses domínios ou sugerir alternativas consideradas vantajosas. Logo, pelas mesmas razões, este é um tipo de mensagem que tende a ser enunciado, também, nos três modos essenciais: visual, sonoro e tátil. Assim sendo, à semelhança da análise feita às mensagens informativas, procede-se, agora, à exploração de cada um dos modos de enunciação das mensagens prescritivas, atentando nos diferentes suportes utilizados para a sua emissão.

Começando pelo aspecto visual, o argumento anterior que chamava a atenção para a complementaridade das mensagens informativas e prescritivas é, mais uma vez, confirmado quando se analisam as formas visuais das mensagens prescritivas. A sinalética, como se tem vindo a defender, é uma marca dominante nos não-lugares. Em termos prescritivos, a sinalética surge sob a forma de setas que direccionam os utilizadores para os locais e serviços disponibilizados nos espaços em questão. No entanto, também nestes casos, a identificação dos locais e serviços para os quais se remetem os sujeitos, acontece por via de mensagens informativas. Em todo o caso, os dois tipos de mensagem não se confundem: uma coisa é o serviço ou o espaço, em si; outra coisa é o percurso sugerido para o acesso a tal serviço ou espaço. Conjuntamente, tornam a relação com o espaço mais inteligível, sendo, por isso, comuns nestes locais, as setas com indicação de entradas/saídas, de lavabos, de cafetarias, de parques de estacionamento ou, mesmo, com o sentido da marcha. No entanto, tal como se verificam mensagens informativas sem qualquer tipo de prescrição associada, também as mensagens prescritivas podem ser indicadas de forma autónoma, sem ligação directa às mensagens informativas.

Dado o carácter convencional de alguns ícones, há forma de remeter para as acções, sem a necessidade da linguagem verbal – *vd.* Figura 3. Pense-se, por exemplo, na possibilidade de sinalizar saídas de emergência, apenas pelo recurso ao símbolo reconhecido pela generalidade das pessoas ou, ainda, por via dos respectivos ícones, sugerir que se caminhe pela direita em qualquer um dos sentidos de uma escada rolante e indicar a cedência de lugares reservados a pessoas com algum tipo de deficiência, idosos, grávidas ou acompanhantes de crianças de colo, em filas de supermercados e meios de transporte. Em qualquer um dos casos, há uma série de acções que se supõem, quase de forma automática, sendo o uso adicional de legendas, mais uma vez, dispensado.



Figura 3 – Exemplos de ícones utilizados em mensagens prescritivas

Não sendo adequado falar-se, neste ponto, de palavras de ordem ou de actos da fala, exactamente porque se dispensam as palavras, é de notar a força de algumas imagens para despoletar determinados actos. O uso das imagens não compromete, de forma alguma, a compreensão final das mensagens. Pelo contrário, cumpre-se o objectivo principal de levar as pessoas a agir da forma pretendida sem que, para isso, seja necessária uma ordem expressa pela via verbal. Poder-se-ia falar de “imagens de ordem” ou usar-se qualquer outra terminologia que sugerisse a mesma faculdade das palavras de ordem, mas pela via icónica. Efectivamente, mudam os signos utilizados no processo de representação, mas o modo de enunciação que prevalece é o visual, sendo que, em ambos os casos, as prescrições são acatadas sem grandes esforços.

Para além da facilidade de assimilação, as mensagens íconicas e verbais que circulam nos não-lugares têm em comum o seu carácter provisório. Como se afirmou antes, o aspecto prático destes espaços implica mensagens curtas que permaneçam o tempo suficiente na memória dos utentes, apenas para fazer cumprir objectivos imediatos. Uma vez cumpridos os objectivos, abandonam-se as mensagens para, de seguida, em seu lugar, acolher novas mensagens com novas finalidades. Isto é comum a todo o tipo de mensagens, sendo, sobretudo, evidente no caso das mensagens prescritivas: percorrem-se os espaços adoptando e/ou rejeitando as sugestões que vão aparecendo ao longo do trajecto, em qualquer um dos modos de enunciação indicados.

Assumindo a escrita como uma das formas visuais da língua, nos não-lugares as mensagens prescritivas podem surgir tanto nas legendas e nos complementos da sinalética apontada, como em letreiros luminosos que propõem alternativas aos constrangimentos de última hora – “Desvio à esquerda a 200m” – ou conselhos – “Proteja os seus bens. Esteja atento às entradas e às saídas.”, “Piso molhado. Modere a velocidade”, “Use o bilhete CARRIS/Metro. É mais flexível e económico.” –, em placas fixas com conteúdos informativo-prescritivos – quando, por exemplo, junto a passagens de nível ou passadeiras se lê, respectivamente, “Atenção ao comboio. PARE, ESCUTE, OLHE.” e “Olhe para a direita/esquerda” – ou em convites e maneiras de reforçar a adesão aos locais – “Venha visitar-nos”; “Obrigado pela visita. Volte sempre”.

A maioria das frases que compõem este tipo de mensagens cumprem as funções apelativa e expressiva da linguagem, sendo expressas no modo imperativo ou exclamativo. Por outro lado, quando estas surgem em complemento das mensagens informativas, mantém-se o modo declarativo na sua emissão. É de notar que, quanto maior for a imposição destas mensagens prescritivas, maior é também a sua proximidade com as mensagens proibitivas. Mais uma vez, é a forma como os sujeitos se posicionam face às mensagens, mais do que o conteúdo das mesmas, que as coloca em uma ou em outra tipologia.

Como se mostrou, visualmente, também se comunica pela via cromática, sendo que, dependendo do contexto em que as cores surjam, o seu sentido e o seu efeito podem variar. Em termos prescritivos, o verde e o vermelho mantêm-se como as cores que mais acções despoletam nos não-lugares. De um modo geral, o verde e o vermelho comunicam, quase sempre, respectivamente, as ideias do que é correcto ou errado, a possibilidade de avançar ou de esperar, ou o estado livre ou ocupado dos espaços. Pelo que se observa, são cores que regulam diferentes entradas e saídas, e que se encontram, por isso, com alguma facilidade, nas cancelas do metropolitano, nas portas dos comboios ou como resposta nas máquinas onde se validam os títulos de transporte. Perante um verde ou vermelho com qualquer um destes sentidos, espera-se, da parte do sujeito, a reacção adequada – que, nos exemplos dados, pode consistir em continuar o trajecto sem problema algum, em caso de verde, ou revalidar o bilhete, esperar pelo momento certo ou, mesmo, pedir ajuda, no caso de um sinal vermelho.

Em suma, ao mesmo tempo que informam sobre diferentes possibilidades, as cores acabam por prescrever um conjunto de actos que, de forma implícita, se encontram ligados aos sinais cromáticos. Quando as cores, mais do que provocarem acções, levam à sua inibição, legitima-se o discurso que, mais adiante neste trabalho, permitirá encarar os sinais cromáticos – sobretudo o vermelho – como responsáveis pela constituição de mensagens

proibitivas. Por esta razão, o aspecto cromático é mais um dos pontos em que se aproximam as mensagens prescritivas e proibitivas.

Em termos sonoros, a fala assume o único modo de enunciação das mensagens prescritivas. À semelhança do que já foi dito sobre as mensagens informativas, também aqui se verifica uma relação redundante entre as formas oral e escrita das mensagens prescritivas. Ainda que mudem as construções frásicas, o conteúdo e o sentido finais acabam por ser os mesmos. Se por escrito, de uma forma prática, se aconselha “Use o bilhete CARRIS/Metro. É mais flexível e económico.”, na oralidade, mantendo-se a informação essencial, complexifica-se a mensagem dizendo “O cartão Viva Viagem pode ser usado sempre que quiser. Não o deite fora e reutilize-o. Poupa dinheiro e é amigo do ambiente.”. A simplificação da escrita deve-se, não só à tentativa de adequação da informação expressa por esta via à atenção dos transeutes neste tipo de espaços, mas também à dimensão dos suportes – placares, letreiros luminosos e outros. Portanto, como exemplos do modo sonoro das mensagens prescritivas considerem-se todas as transcrições para a oralidade dos exemplos dados para a escrita – com os devidos ajustes apontados –, e sugestões como “Estação terminal. É favor abandonar o comboio.”, “Senhoras e Senhores passageiros [...] relembramos que devem manter os cintos de segurança apertados e pedimos agora que endireitem as mesas, as costas das cadeiras e desliguem qualquer aparelho electrónico que possam estar a utilizar [...]” ou “Para sua segurança, por favor não pise nem ultrapasse a faixa amarela junto ao bordo do cais [...]”.

Por último, sobre a questão táctil, mais do que o *Braille* – até porque, dadas as limitações, mais facilmente se prescreve uma acção a um invisual pela via sonora do que pela via táctil – interessa focar um dos pavimentos tácteis já mencionados que cumpre uma função orientadora: o piso direccional. Tal como o nome sugere, este piso direcciona os portadores de deficiência visual, dando-lhes a indicação do sentido da marcha.

De acordo com a ACAPO (2011b, 21-24), a aplicação de linhas de orientação não deve ser feita de forma indiscriminada. Ao invés, o uso deste tipo de pavimento é mais indicado em percursos menos óbvios para os peões. Pense-se, por exemplo, nos trajectos longos e por vezes tortuosos entre as entradas/saídas das estações e os meios de transporte em si. Para alguém sem limitações no campo visual, este trajecto é facilitado pela presença de sinalética. No caso dos invisuais, o piso direccional pode ser a única solução, uma vez que até as possibilidades sonoras são negligenciadas nestes percursos. A utilidade do piso direccional cumpre-se, também, em zonas pedonais, cruzamentos ou em qualquer caminho que, mal sinalizado, possa colocar em risco a condição dos peões com limitações visuais.

Embora não prescreva de forma expressa uma acção, este tipo de piso guia o transeunte num sentido preciso. É por isso que, neste ponto, se associa o piso direccional às mensagens prescritivas. Com todas as suas particularidades, as mensagens tácteis são aqui tratadas de uma forma muito superficial, apenas para ilustrar os argumentos expostos. Reconhecendo a riqueza do tema, não se pretende aprofundar demasiado estas questões, nesta dissertação, precisamente, porque isso desviaria a investigação do seu objectivo principal.

### 4.3 MENSAGENS PROIBITIVAS

Até ao momento, deu-se conta de mensagens que, à sua maneira, moldam os comportamentos dos utentes dos não lugares, sem que isso resulte, em constrangimentos maiores, até porque são consideradas de utilidade pública. As consequências, quando existem, apenas se aplicam aos sujeitos que, a título individual, resolvam não atentar no conteúdo destas mensagens. As situações mais comuns são as de desorientação, surpresa, estranheza ou, em casos extremos, roubos e danos corporais.

Há, porém, um último tipo de mensagens cujo desrespeito e incumprimento das acções sugeridas coloca os indivíduos em situação de terem de responder perante a lei. Estas são as mensagens proibitivas que, fazendo valer as soluções previstas na lei, impõem, de forma expressa, um conjunto de ordens que inibem as acções que fogem ao legalmente estipulado. Ao proibirem umas acções, promovem outras, desta feita sob a forma de restrição ou imposição. As mensagens proibitivas enunciam-se, sobretudo, no modo visual e, mais raramente, no modo sonoro. Quanto ao aspecto táctil das mensagens, uma vez que estas implicam um esforço adicional por parte do deficiente visual para as encontrar, disponibilizam-se apenas, por esta via, as informações estritamente necessárias à correcta utilização do espaço, em locais pré-identificados, optando-se pelo meio sonoro para fazer circular as restantes indicações.

Assim, mais uma vez, são as formas visuais aquelas que melhor cumprem a função proibitiva da linguagem, mais concretamente, sob a forma de sinalética – *vd.* Figura 4. São poucos os percursos, nos não-lugares, em que se não verifique qualquer espécie de proibição. Entre os sinais de proibição mais comuns estão aqueles que impedem acções como fumar, fotografar ou filmar, estacionar, entrar ou permanecer num espaço na companhia de animais, utilizar o telemóvel no perfil sonoro ou entrar em determinados compartimentos. Em todos os exemplos dados, recorre-se ao sinal, quase universal, cuja leitura se convencionou como “É proibido”, juntamente com os ícones correspondentes às acções que se pretendem interditar –

um cigarro, uma máquina fotográfica ou de filmar, um cão, um telemóvel, entre outros. O sinal de proibido é de tal modo reconhecido que, mesmo sem qualquer referência linguística, é muitas vezes colocado em portas e, de forma automática, compreendido como “Passagem proibida”.



Figura 4 – Exemplos de ícones utilizados em mensagens proibitivas

No que diz respeito à escrita, à semelhança do que se disse sobre as mensagens prescritivas, também nas mensagens proibitivas se utiliza a escrita, em legendas, como reforço das formas icónicas, para que não restem equívocos. Em outros casos, também se pode ler, por debaixo de extintores e outros equipamentos de segurança, o sinal de alarme “Só utilizar em caso de perigo” com o respectivo complemento coercivo “Penalidades por uso indevido”. Acima de tudo, é pela via gráfica da língua que se lembra o que a lei decreta para cada situação de incumprimento, procurando assegurar a ordem no espaço público pelo constrangimento dos seus utilizadores.

Ainda sobre os modos de comunicação visual, mais do que nunca, faz sentido falar-se da propriedade expressiva da cor. A nível internacional, é o vermelho que impera nas mensagens proibitivas. Tendencialmente, surge associado às ideias de perigo, de atenção, de proibição, e a tudo o que, numa determinada situação, possa significar alguma anormalidade. Numa passagem da obra já citada, Heller (2009, 67) descreve a cor vermelha da seguinte forma:

Vermelho quer dizer: Alto! Perigo! Os travões de emergência e os botões de alarme são vermelhos. Nos balões, o cabo que só se pode puxar para fazê-los descer é vermelho. A cor vermelha diz: Pare, proibida a entrada! Uma luz vermelha na porta de um estúdio radiofónico ou de uma sala de operações proíbe o acesso.

No futebol, um jogador é proibido de continuar a jogar quando o árbitro lhe mostra o «cartão vermelho».

Desde o sinal que proíbe estacionar até ao cartaz que proíbe fumar, os sinais de proibição têm internacionalmente dois elementos comuns: 1.º Uma margem vermelha; 2.º Forma redonda.

Em termos funcionais, como se viu, o vermelho opõe-se, com frequência, ao verde. De facto, ao passo que o vermelho proíbe a generalidade das acções a que se associa, o verde revela aceitação sendo, por isso, uma das cores mais ansiadas nos não-lugares. Enquanto espaços típicos da globalização, nos não-lugares cruzam-se sujeitos que têm em comum as rotinas agitadas e para quem o tempo constitui um bem precioso. Por tudo o que simboliza neste contexto, o vermelho é a cor menos querida dos utentes dos não-lugares, com a qual esperam não se deparar.

Finalmente, a respeito do aspecto sonoro das mensagens proibitivas, pouco se pode acrescentar, dada a sua presença diminuta nos não-lugares. Durante muitos anos, mesmo depois da Lei n.º 37/2007 de 14 de Agosto, que “aprova normas para a protecção dos cidadãos da exposição involuntária ao fumo do tabaco”, ouvia-se com regularidade, no Metropolitano de Lisboa, por exemplo, “É proibido fumar em toda a rede do Metro”. Hoje em dia, a impossibilidade de fumar em espaços fechados está de tal forma interiorizada que, raramente, se ouvem avisos sonoros deste género. Aliás, a naturalização do impedimento de fumar em zonas fechadas tende, inclusive, para o abandono deste tipo de avisos, por qualquer via, levando, eventualmente, à generalização do aviso contrário – “Zona de fumadores”. A tendência para se fazerem acompanhar de normas legais, talvez seja uma das razões que inviabiliza o modo sonoro das mensagens proibitivas. Há casos em que as proibições aparecem camufladas com o complemento das mensagens informativas, apelando-se, de forma educada, ao bom senso do ouvinte que assume a proibição como um conselho – “Senhoras e Senhores passageiros, informamos que o uso de aparelhos electrónicos a bordo pode interferir com os instrumentos de voo, pelo que devem ser desligados a partir deste

momento [...] só poderá voltar a usar estes equipamentos após a indicação da tripulação. Obrigado.”. São as consequências legais resultantes do incumprimento desta sugestão que distinguem esta mensagem proibitiva de qualquer outra de natureza prescritiva.

Comparativamente a outras mensagens já exploradas, as mensagens proibitivas são aquelas que menos se servem de meios sonoros para a sua enunciação, reforçando a supremacia da linguagem icónica proposta nesta dissertação. Isto é válido tanto para as mensagens proibitivas como para qualquer outra que aqui se tratou.

Uma vez apresentadas as mensagens que circulam nos não-lugares, um balanço final confirma a premissa deste trabalho, segundo a qual, o modo visual é aquele que tem maior expressão nestes espaços, independentemente da tipologia das mensagens, em si. Ainda que, na exploração de cada tipo de mensagem e respectivos modos de enunciação, se tenham considerado os sinais gráficos da escrita como manifestações visuais da língua, não se deve tomar a escrita como parte da linguagem icónica porque, na verdade, ela pertence ao campo verbal. Na sua forma escrita, os signos linguísticos manifestam visualmente a língua, tornando-a legível; todavia, não se confundem com os ícones e, pela mesma razão, não se consideram imagens. É isto que torna possível a relação complementar entre as linguagens icónica e verbal – ou, mais concretamente, a forma gráfica (e, portanto, visual) desta última.

Os diferentes tipos de mensagem aqui analisados foram agrupados em categorias em função das suas características gerais. Contudo, chega-se à conclusão que, independentemente da tipologia em si, as mensagens fazem parte de um sistema de informação integrado cujo objectivo principal é o de manter os comportamentos dos indivíduos dentro de uma certa norma. Daí resultar, por vezes, uma dificuldade maior na análise estanque de cada uma das mensagens.

Como observa Bauman (2000, 102) na passagem escolhida para dar início a este capítulo, o não-lugar, enquanto espaço público, gera o sentimento natural de posse. No entanto, durante o seu percurso, o sujeito não consegue evitar a estranheza porque, na realidade, o não-lugar é de todos sem ser, de facto, de alguém. De forma mais ou menos evidente, este facto é lembrado aos utentes do não-lugar pelas mensagens que aqui se analisaram. Ao indicarem as atitudes, normalmente, admitidas em cada ocasião, as mensagens que circulam nos não-lugares circunscrevem a liberdade dos percursos individuais a um conjunto de opções, confirmando, uma vez mais, o aspecto paradoxal dos tempos sobremodernos.



## CONCLUSÃO



Tendo como objectivo traçar o quadro comunicacional dos não-lugares, caracterizado fundamentalmente pela sua economia de meios e propósitos, chegou-se, no final desta dissertação, a três principais tipologias de mensagens: mensagens informativas, mensagens prescritivas e mensagens proibitivas. Pelo caminho ficou uma quantidade de outros discursos que, como se teve o cuidado de chamar a atenção, cada vez mais invade os não-lugares. No decorrer desta investigação, foram apenas alvo de análise as mensagens consideradas estruturantes destes espaços, dadas as suas características, por comparação a outros locais de natureza pública.

De modo a tornar clara esta escolha, no capítulo 1, situou-se o não-lugar no contexto da sobremodernidade apontada por Augé como o excesso da modernidade. Ao multiplicar as dimensões temporal, espacial e individual, a sobremodernidade tem como consequência alterações consideráveis no modo como se vive, não só em termos da gestão do tempo, mas também no que toca às relações humanas e com o espaço. Sobre o espaço, especificamente, viu-se que a crescente urbanização leva ao aparecimento de novos espaços públicos que, adaptando-se às necessidades do sujeito no contexto que se descreveu, de forma rápida se tornaram a marca das sociedades contemporâneas.

Como se viu no capítulo 2, este novo espaço público, que Augé chama de não-lugar, é em tudo diferente da noção de espaço público clássica. A ideia do bem comum cai por terra e abre espaço a experiências de solidão, motivadas por um sujeito que mais do que reconhecer no *outro* um seu semelhante, actua no sentido de afirmar a sua individualidade. Neste sentido, estabeleceram-se, neste capítulo, as diferenças entre o lugar e o não-lugar. Por natureza identitário, relacional e histórico, o lugar foi assumido como o ponto de referência e destino daqueles que, por diversas razões, deambulam pelos não-lugares. O não-lugar, pelo contrário, não supondo qualquer pretensão, ficou caracterizado pelo corte com todo o elemento identitário, relacional e histórico.

Como se procurou provar ao longo dos dois capítulos finais, os aspectos transitório e não-relacional dos não-lugares motivam práticas comunicacionais muito distintas, destacando-se a linguagem icónica na emissão da maioria das mensagens. Considerar tais práticas como consequência da globalização seria redutor ou, pelo menos, o argumento mais óbvio nos dias que correm. Na verdade, é a estrutura dos próprios locais que legitima uma comunicação nestes moldes. Como se adiantou, a partilha de um mesmo espaço por um alargado número de pessoas implica algum tipo de controlo que garanta a previsibilidade dos actos. Esse controlo cumpre-se, sem dificuldades maiores, por via da linguagem, sob a forma

dos três tipos de mensagem analisados. Nos seus diferentes modos de enunciação, tanto as mensagens informativas, como as mensagens prescritivas e as mensagens proibitivas têm em comum o facto de despoletarem um conjunto de acções previstas. Foi, aliás, esta característica comum que dificultou uma categorização estanque. Em termos gerais, apontaram-se as funções indentificadora e descritiva das mensagens informativas, a função persuasiva das mensagens prescritivas e as funções impeditiva e restritiva das mensagens proibitivas. Porém, dependendo da forma como os indivíduos se posicionam face aos enunciados e, por conseguinte, reagem, a mesma mensagem pode assumir contornos informativos, prescritivos ou proibitivos. Assim, toda a mensagem prescritiva informa sobre os melhores procedimentos, deixando subentendidas um série de proibições. Do mesmo modo, toda a mensagem proibitiva informa sobre determinados perigos, prescrevendo, explícita ou implicitamente, acções contrárias àquelas que colocariam os sujeitos em risco.

Independentemente da tipologia das mensagens e dos respectivos modos de enunciação, o que se observou é que, nos não-lugares, a linguagem instrumentaliza-se. Ou seja, ao ser usada para regulamentar a prática dos espaços, a linguagem surge como um mecanismo de controlo, tal como Fowler e Kress (1979, 26) esclarecem:

As a part of social process, language use is an instrument by means of which people manage their own behaviour, and influence that of others; by means of which social groupings are organized and the meanings available to those groups are determined.

A linguagem é, assim, um marcador de poder e o seu uso nos não-lugares institui um modelo de comunicação assimétrico, assente em hierarquias, onde o controlo se dá, de forma distraída ou consentida, sem espaço para o *feedback* ou a negociação dos papéis. Assumindo-se o *conhecimento* como fonte de poder, nos não-lugares, destacam-se dois papéis: por um lado, aquele que detém a informação e que, por isso, se encontra no poder de emitir as ordens; por outro lado, aquele que assimila, passivamente, a informação e, deste modo, é comandado, sujeitando-se, ou não, às ordens – sofrendo as devidas consequências pelo desrespeito das mesmas. A não-relação não se dá, portanto, apenas entre os utentes, mas também entre estes e as entidades que gerem os espaços. Ao limitarem-se a seguir as instruções sugeridas, os sujeitos pouco intervêm nos não-lugares e isto, de forma alguma, gera pertença.

O recurso à boa educação gera, por vezes, a ilusão de negociação das posições de poder. Todavia, a entidade que gere o espaço, por estabelecer as regras, coloca-se numa posição de superioridade em relação ao comum utilizador. Nestes termos, como lembram Deleuze e Guattari (1980, 96), a linguagem não é feita para que nela se acredite, mas sim para

obedecer e fazer obedecer. A relação de poder de que se fala, é notória, também, nos modos adoptados para a emissão das mensagens. Quanto maior é a diferença, em termos de poder, entre as partes, maior é a tendência para o uso do modo imperativo. Por seu turno, o modo declarativo é, com frequência, usado para neutralizar o sentido de autoridade do emissor, dando muitas vezes a sensação ao leitor ou ouvinte que a mensagem vem sob a forma de um pedido, enquanto necessidade e não imposição. Em alguns casos, chega mesmo a parecer a quem lê ou ouve, que a mensagem se dirige a outro destinatário. Mais uma vez, as mensagens e o controlo que estas infligem são reforçados pela generalização de imagens e do léxico da língua inglesa, contribuindo para a homogeneização dos lugares de passagem.

Atentando ao facto de que uma parte significativa da experiência moderna tem como palco os não-lugares, Augé (2005, 91) conclui que “no mundo da sobremodernidade estamos sempre e já nunca estamos ‘em casa’”. Assim, se por definição se associou a esfera privada ao lugar, metaforicamente, pode-se afirmar que a familiaridade com o não-lugar o torna, cada vez mais, a “casa” do sujeito moderno.

Embora muito mais pudesse ser dito sobre a forma como se processa a comunicação nos não-lugares, no final desta dissertação considera-se que os objectivos iniciais foram cumpridos. O principal contributo que daqui resulta prende-se com a possibilidade de pensar a comunicação em espaços de natureza pública, a partir das especificidades do não-lugar, reconhecido como a marca da época. Se, de dia para dia, os não-lugares se multiplicam e acolhem cada vez mais pessoas, pensar as suas práticas comunicacionais poderá ser proveitoso na compreensão de alguns dos aspectos que, em geral, marcam a comunicação moderna.

A categorização, levantamento e análise das mensagens no capítulo final deixaram claro um conjunto de práticas que tendem a reforçar a natureza não-relacional destes espaços. A não-relação resulta em não pertença, o que não deixa de ser curioso dada a centralidade destes espaços na vida de um elevado número de pessoas. Um desdobramento do trabalho aqui iniciado pode ser feito no sentido de identificar as principais falhas comunicacionais e, em última instância, promover uma maior participação de todos os que por ali transitam. Como em qualquer contexto, há papéis que, necessariamente, devem ser assumidos por forma que não se comprometa o normal funcionamento destes espaços. Contudo, assumir os transeuntes como meros actores passivos levanta sérias questões que se prendem com a verdadeira finalidade destes espaços identificados como “prestadores de serviços públicos”.

As alterações ao nível dos aspectos identitário, relacional e histórico mostraram que, a médio ou a longo prazo, todo o não-lugar tende para o lugar. Considera-se, por fim, que esta

mudança será mais ou menos célere consoante as práticas comunicacionais adoptadas nos espaços em causa.

## **REFERÊNCIAS**



- Ahulu, Samuel. 1997. "General English: A consideration of the nature of English as an international medium." *English Today* 13(1): 17–23.
- Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal. 2011a. *Design de sinalética*. Consultado a 2 de Janeiro de 2013. Retrieved from [http://www.acapo.pt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=488&catid=314&Itemid=223](http://www.acapo.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=488&catid=314&Itemid=223)
- Associação dos Cegos e Amblíopes de Portugal. 2011b. *Uso de pavimento táctil na via pública*. Consultado a 27 de Dezembro de 2012. Retrieved from [http://www.acapo.pt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=488&catid=314&Itemid=223](http://www.acapo.pt/index.php?option=com_content&view=article&id=488&catid=314&Itemid=223)
- Augé, Marc. 1992. *Non-Lieux – Introduction à une Athropologie de la Surmodernité*. Paris: Éditions du Seuil.
- Augé, Marc. 1994a. *Le sens des autres- Actualité de l'anthropologie*. Paris: Fayard.
- Augé, Marc. 1994b. *Pour une anthropologie des mondes contemporains*. Paris: Flammarion.
- Augé, Marc. 2003. *Le Temps en Ruines*. Paris: Galiléé.
- Austin, J. L. 1976 [1962]. *How to do things with words*. Oxford: Oxford University Press.
- Bailey, Richard W. and Manfred Görlach, eds. 1984. *English as a world language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bauman, Zygmunt. 2000. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press
- Bauman, Zigmunt. 2007. *A Vida Fragmentada – Ensaios sobre a Moral Pós-Moderna*. Tradução de Miguel Serras Pereira. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Bauman, Zygmunt. 2006. *Confiança e Medo na Cidade*. Tradução de Miguel Serras Pereira. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Benjamin, Walter. 1982. *Paris, capitale du XIX<sup>e</sup> siècle – le livre des passages*. Paris: Cerf.
- Costa, Joan. 1998. *La Esquemática – Visualizar la información*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Costa, Joan. 2011. *Design para os olhos: marca, cor, identidade e sinalética*. Tradução de Fernanda Soares. Lisboa: Dinalivro.
- Crystal, David. 2005. *English as a Global Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Debord, Guy. 1992 [1967]. *La Societé du Spectacle*. Paris: Éditions Gallimard.
- Deleuze, Gilles & Félix Guattari. 1980. *Capitalisme et Schizophrénie Vol. 2 - Mille Plateaux*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Erling, Elizabeth .2005. "The many names of English" *English Today* 21 (1): 40–44.
- Fonseca Ferreira, António. 2007. *Gestão Estratégica de Cidades e Regiões*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Foucault, Michel. 1986. "Of Other Spaces" *Diacritics* 16 (1): 22-27

- Fórum Social Mundial V. 2005. *Carta Mundial pelo Direito à Cidade*. Consultado a 13 Outubro de 2012. Retrieved from <http://terradedireitos.org.br/linhas/terra/carta-mundial-pelo-direito-a-cidade/>
- Frois, Catarina, ed. 2009. *A Sociedade Vigilante – Ensaio sobre a indentificação, vigilância e privacidade*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Giddens, Anthony. 1994. “Living in a Post-Traditional Society.” In *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*, ed. Beck, Ulrich et al., 56-109. Cambridge: Polity Press.
- Hall, Stuart. 1997. “The work of representation.” In *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, ed. Hall, Stuart, 13-74. London: Sage.
- Heller, Eva. 2009. *A Psicologia das Cores – Como actuam as cores sobre os sentimentos e a razão*. Tradução de Sandra Margarida Moura da Cruz. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- Innerarity, Daniel. 2009. *A Sociedade Invisível*. Tradução de Manuel Ruas. Lisboa: Editorial Teorema.
- Innerarity, Daniel. 2010. *O Novo Espaço Público*. Tradução de Manuel Ruas. Lisboa: Editorial Teorema.
- Jenkins, Jennifer. 2000. *The Phonology of English as an International Language: New Models, New Norms, New Goals*. Oxford: University Press.
- Kachru, Braj. 1992. *The Other Tongue: English Across Cultures*. Illinois: University of Illinois Press.
- Kress, Gunther. 1979. “Rules and Regulations.” In *Language and Control*, ed. Fowler, Roger et al., 26-45. Routledge & Kegan Paul.
- Kress, Gunter and Theo Van Leeuwen. 2001. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. New York: Bloomsbury Publishing.
- Lipovetsky, Gilles. 1989. *A Era do Vazio*. Tradução de Miguel Serras Pereira e Ana Luísa Faria. Lisboa: Relógio d’Água Editores Lda.
- Lipovetsky, Gilles and Sébastien Charles. 2004. *Les Temps Hypermodernes*. Paris: Éditions Grasset & Fasquelle.
- Mitchell, W. J. T. 1995. “Representation.” In *Critical terms for literary study*, ed. Lentricchia, Frank and Thomas McLaughlin. Chicago: University Of Chicago.
- Modiano, Marko. 1999. “International English in the global village.” *English Today* 15 (2): 22–28.
- Pereira, Paula Cristina. 2011. *Condição Humana e Condição Urbana*. Porto: Edições Afrontamento.
- Renaut, Alain. 1989. *L’ère de l’individu. Contribution à une histoire de la subjectivité*. Paris: Gallimard.
- Riesman, David. 1950. *The Lonely Crowd: a study of the changing american character*. New Haven: Yale University Press.
- Seidlhofer, Barbara. 2001. “Closing a conceptual gap: The case for a description of English as a lingua franca.” *International Journal of Applied Linguistics* 11 (2): 133–158.

- Sennett, Richard. 1970. *The uses of disorder: personal identity and city life*. New York: Alfred A. Knopf.
- Sennett, Richard. 1988 [1977]. *O Declínio do Homem Público – as tiranias da intimidade*. Tradução de Lygia Araujo Watanabe. São Paulo: Companhia das Letras.
- Simmel, Georg. 1989. *Philosophie de la modernité I*. Paris: Payot.
- Toolan, Michael. 1997. “Recentring English: New English and Global” *English Today* 13 (4): 3–10.
- Widdowson, Henry G. 1997. “The Forum: EIL, ESL, EFL: Global issues and local interests.” *World Englishes* 16 (1): 135–146.

