



**Instituto Universitário de Lisboa**

**Escola de Sociologia e Políticas Públicas**

**Departamento de Sociologia**

Posicionando a localização. Um estudo do impacto da  
comunicação mediada na socialidade e no sentido de  
espaço

Hugo Duarte Valentim

Tese elaborada para obtenção do grau de  
Doutor em Sociologia

Orientador:

Prof. Doutor Gustavo Alberto Guerreiro Seabra Leitão Cardoso,  
Professor Catedrático (ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa)

Dezembro de 2017



Escola de Sociologia e Políticas Públicas

Departamento de Sociologia

**Posicionando a localização. Um estudo do impacto da  
comunicação mediada na socialidade e no sentido de espaço**

**Hugo Duarte Valentim**

Tese especialmente elaborada para obtenção do grau de  
Doutor em Sociologia

**Júri:**

*Presidente:*

Doutora Patrícia Ávila, Professora Associada, ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

*Vogais:*

Doutor José Manuel Pereira Azevedo, Professor Associado, Faculdade de Letras -  
Universidade do Porto

Doutora Susana Paula Florindo Salgado, Investigadora Auxiliar, Instituto de Ciências Sociais  
- Universidade de Lisboa

Doutora Filipa Mónica de Brito Gonçalves Subtil, Professora Adjunta, Escola Superior de  
Comunicação Social - Instituto Politécnico de Lisboa

Doutor Jorge Samuel Pinto Vieira, Professor Auxiliar Convidado, ISCTE - Instituto  
Universitário de Lisboa

*Orientador:*

Doutor Gustavo Alberto Guerreiro Seabra Leitão Cardoso, Professor Catedrático, ISCTE -  
Instituto Universitário de Lisboa

Dezembro de 2017



IUL School of Sociology and Public Policy

Department of Sociology

**Positioning location. A study of the impact of mediated  
communication on sociality and the senses of place and space**

**Hugo Duarte Valentim**

Thesis specially presented for the fulfillment of the degree of  
Doctor in Sociology

**Jury:**

*President:*

Professor Patrícia Ávila, Professora Associada, ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

*Examiners:*

Professor José Manuel Pereira Azevedo, Professor Associado, Faculdade de Letras -  
Universidade do Porto

Professor Susana Paula Florindo Salgado, Investigadora Auxiliar, Instituto de Ciências  
Sociais - Universidade de Lisboa

Professor Filipa Mónica de Brito Gonçalves Subtil, Professora Adjunta, Escola Superior de  
Comunicação Social - Instituto Politécnico de Lisboa

Professor Jorge Samuel Pinto Vieira, Professor Auxiliar Convidado, ISCTE - Instituto  
Universitário de Lisboa

*Supervisor:*

Professor Gustavo Alberto Guerreiro Seabra Leitão Cardoso, Professor Catedrático, ISCTE -  
Instituto Universitário de Lisboa

December 2017



**Agradecimentos:**

A presente dissertação não teria sido possível sem o apoio do meu orientador, Prof. Gustavo Cardoso, a quem devo a minha especial gratidão, bem ao CIES e à FCT, por terem tornado possível criar as condições necessárias à sua execução.

Uma palavra particular de apreço é ainda devida aqueles que disponibilizaram o seu tempo colaborando na recolha de dados, aos respondentes ao inquérito e aos responsáveis do geopt.org, pelo franco acolhimento e facilidade com que assentiram colaborar na sua divulgação.

Este trabalho beneficiou de apoio financeiro da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, mediante a atribuição de bolsa.





**Resumo:**

Partindo da admissão em como a adopção das tecnologias da comunicação no quotidiano conduz crescentemente a uma topologia social onde os espaços da informação virtual estão a ser mesclados e engastados nos contextos materiais de tal maneira que potencialmente afectam tanto a forma como construímos, percebemos e interagimos com os nossos *selves* internos como com os outros, o presente trabalho elege como factor pivô de análise o vector espaço na assunção de que este não é neutro, mas um constructo social que adquire significado pela deslocação, seja material e corpórea, seja crescentemente simbólica, de dados e informação, empreendendo uma investigação teórica e empírica nas diversas escalas de impacto: global, institucional, grupal e individual. Após escrutínio de conceitos-chave das discussões passadas sobre a natureza dos universos físico e virtual, demonstra-se a obsolescência da sua clivagem através da análise de um conjunto de práticas empíricas paradigmáticas de como os média móveis locativos, facilitando a introdução da localização na comunicação, deram renovada forma à definição da situação e ao nosso sentido de lugar, tanto em termos da geografia como do posicionamento social, impactando a experiência do mundo vivido e a forma como a socialidade e o diversos tipos de capital são perseguidos no seu seio. Os dados recolhidos, em especial o questionário aplicado aos praticantes do jogo móvel locativo geocaching, remetem para a necessidade de reforçar o estudo das práticas de integração sobre a interacção como fenómenos chave e para o abandono da perspectivização dos espaços tecnologicamente orientados como autónomos, enquadrando-os antes como sendo a prossecução das motivações e interesses pessoais por outros meios. Meios em que a reflexividade e a autonomia são potencial, mas não necessariamente, acrescidas e em que as novas realidades híbridas demonstram ser sobretudo reprodutivas de dinâmicas de poder e consumo perenes, municando a luta simbólica pela distinção e pela definição da posição social. Em que o GPS surge como elo, instituindo um regime translocal e transsocial que por seu turno implica que o exame das tecnologias móveis descentre a sua atenção da forma como estas alegadamente abstrairiam a relação entre os contextos físicos e virtuais para se passar a focar sobre como é que os lugares eles próprios levam as pessoas a dialogar através das tecnologias e como é que o contexto virtual é alavancado através da introdução da localização.

**Palavras-chave:** mobilidade, sociologia do espaço, sentido de lugar, jogos locativos, lazer, socialidade, gps, tecnologia, cultura digital, geocaching, geolocalização, webgeoespacial, média móveis, plataformas sociais baseadas na localização



**Abstract:**

Contrary to the metaphysics of presence under which physical and virtual spaces were once perceived as conflicting in nature, the central tenet pursued in this study rests upon the assumption that current mobile locative media are appropriated by its users as means to reinforce the struggle for social positioning, allowing them to ascertain, communicate and tentatively manipulate their senses of distinction, place and worth through the presumption of space in collaborative platforms. Vehicles for claiming individuality while exhibiting both taste and motility (the ability to be mobile) as a valorised social asset in line with the glass cage crafted by the *connexionist* spirit.

Our work, therefore, proposes a scalar approach to the impacts of the introduction of location in communication electing power and status mechanisms as pivotal. Relying mostly on Lefebvre's and Bourdieu's concepts of spatial and symbolic violence, of space as a threefold historical product, social life as a topology of rank and hybrid tools and practices as harbouring simultaneously structured and structuring potentials, the emergence of digital mass self-communication and the geospatial web, in turn made possible by the converge of GPS, GIS and mobile networks, can be understood as part of an overall spatial fix undertaken under the so called digital network economy. A trend to further abstract space and value and an instrument to commodify the constitution of the *self* itself. One where, relying on principles not unfamiliar to a Ponzi scheme, the individual is allured to the spectacle and, through the suggestion of personal branding as the natural attitude, the structure of feeling and the technical code of informational, reflexive capitalism permeate culture and individuals, leading to the depiction of its isomorphism in everyday life in unexpected, mostly unconscious, ways. Insuring the homology between the social, technological, economical and domination apparatuses.

Whereby, as our contribution, to be targeted and scrutinized, the representational spaces of play in geocaching can to a limited degree prove to be differential and liberating while simultaneously reproducing through the prevalence of *agôn* the qualities of competitiveness and calculative hedonism. Where, in the realm of mobile locative gaming, space recovers its warmth, the body is put to movement and engaged in full sensory action, the immersion in "true" untamed nature is sought after as an element of reenchantment and dedifferentiation trends are contra balanced through heterotopia, an attraction to marginalized places, the adoption of secrecy, information reserve and exclusivity, while the quantitative logic still resurfaces on the emphasis given to numbers and the accumulation and exhibition of digital artefacts as tokens of success. Where, finally, indications also suggest that network analysis and transmissionist approaches, emphasising utilitarian interaction over integration, underestimating the transactional need for recognition and taking reciprocity for granted, yield limited explanatory power while, albeit not always overall convincing, in the particular field where leisure meets location technology, post-modernist inclined interpretations on the aesthetic and mimetic natures of sociality within mobile communions of lifestyles prove to be a better fit.

**Keywords:** mobility, sociology of space, sense of place, locative games, leisure, sociality, gps, technology, digital culture, geocaching, geolocation, geospatial web, mobile media, location based social media



## ÍNDICE

<b>INTRODUÇÃO. ENQUADRAMENTO E JUSTIFICAÇÃO .....</b>	<b>1</b>
Pesquisa.....	5
Contribuição para o conhecimento.....	8
Estrutura da dissertação.....	14
<b>CAPÍTULO 1 - DA NATUREZA SOCIAL DO ESPAÇO. DO ESPAÇO A QUE CHEGAMOS .....</b>	<b>15</b>
1.1 Lefebvre. Quotidiano e produção do espaço.....	16
1.2 Foucault. Tecnologia e heterotopia.....	27
<b>CAPÍTULO 2 - DA INCORPORAÇÃO DA LOCALIZAÇÃO NA COMUNICAÇÃO .....</b>	<b>36</b>
2.1 Webgeoespacial. Da convergência entre informação geográfica, computação e comunicação..	39
2.2 Onde a comunicação encontra o lugar. Paradigmas, intersecções, implicações e complicações	45
<b>CAPÍTULO 3 - DO CONHECIMENTO DO ESPAÇO COMO INSTRUMENTO DE PODER .....</b>	<b>57</b>
3.1 Geopolítica e geoestratégia da informação geoespacial.....	60
3.2 Mapas, mentiras e vídeo. O espelho cartográfico.....	64
3.3 Casos e paralelos. <i>Heartbleed</i> e <i>LocationGate</i> .....	69
3.4 Do Espaço redescoberto. O próximo <i>spatial fix</i> ?.....	73
<b>CAPÍTULO 4 - DAS MORFOLOGIAS DE SOCIALIDADE E SOCIABILIDADE EM REDE.....</b>	<b>78</b>
4.1 Das formas de associação possibilitadas pela tecnologia mediada como processos de índole meso.....	79
4.2 Da comunidade como proximidade ao individualismo em rede.....	84
4.3 Problematizando individualismo e individualidade em rede.....	87
<b>CAPÍTULO 5 - DA NATUREZA DA CULTURA DIGITAL.....</b>	<b>98</b>
5.1 Da conectividade como <i>doxa</i> . Uma reapreciação da comunicação mediada por computador nos termos de Bourdieu.....	98
5.2 Elementos para uma compreensão da cultura digital. Leituras alternativas sobre <i>remix</i> e (des)diferenciação.....	111
<b>CAPÍTULO 6 - DA INCORPORAÇÃO DA LOCALIZAÇÃO NO LAZER.....</b>	<b>124</b>
6.1 Trabalho e tempo livre.....	125
6.2 Quando a distância não importa. Do quem sou ao onde estou.....	129
<b>CAPÍTULO 7 - CASO CRÍTICO: PLATAFORMAS DE JOGOS MÓVEIS LOCATIVOS.....</b>	<b>144</b>
7.1 Objectivos, questões e hipóteses norteadores.....	144
7.2 Sobre metodologia. Preocupações, orientações e opções.....	146
7.3 Estrutura da análise de resultados.....	157
<b>CAPÍTULO 8 - ESPAÇO. AVALIAR O GEOCACHING COMO PRÁTICA DE PRODUÇÃO, REPRODUÇÃO E CONSUMO DO ESPAÇO.....</b>	<b>158</b>
8.1 Dinâmicas de atribuição de significado.....	162
8.2 Dinâmicas de deslocação e distância.....	189
<b>CAPÍTULO 9 - JOGO. AVALIAR O GEOCACHING COMO PRÁTICA DE LAZER E FORMA DE JOGO</b>	<b>218</b>
9.1 Pode um jogo locativo constituir um estilo de vida e uma forma de lazer sério?.....	218
9.2 Importância dos “artefactos”. Pódio universal e reprodução moral.....	224
9.3 A lógica dos números e a “competição”. Do colecionismo ao acumulacionismo.....	232
9.4 Secretismo, massificação e exclusividade. “Antigamente o ‘local era tudo’ agora ‘tudo é local’”.....	236
<b>CAPÍTULO 10 - NARRATIVA. AVALIAR O GEOCACHING COMO PRÁTICA NARRATIVA. HOMO VIATOR NARRANS .....</b>	<b>245</b>
10.1 Das geocaches como marcadores e pistas acrescidas.....	251
<b>CAPÍTULO 11 - PRÁTICA SOCIAL. AVALIAR O GEOCACHING COMO PRÁTICA</b>	

<b>ENGENDRADORA DE SOCIALIDADE .....</b>	<b>259</b>
11.1 Da socialidade nas plataformas locativas .....	260
11.2 Tipos de geocacher e orientações para a sociabilidade, o conhecimento e os lugares .....	264
11.3 Interpenetração de papéis e domínios de vida.....	273
<b>CAPÍTULO 12 - REVISITAÇÃO DAS HIPÓTESES.....</b>	<b>285</b>
12.1 Os indivíduos adoptam os média locativos e apropriam-se do espaço de forma oportunista, baseados no seu interesse apercebido para os seus objectivos. ....	285
12.2 As pessoas que usam sítios de redes sociais convergidos com tecnologias de georreferência reflectem mais sobre os processos de criação, vivência e imaginação do espaço .....	292
12.3 A tecnologia móvel locativa dá simultaneamente forma e é enformada para usos inesperados. ....	295
12.4 A incorporação da georreferência nos novos media estende, obsoletiza e reverte dadas características dos anteriores .....	301
12.5 A coexistência dos espaços virtuais intensifica a auto-monitorização ao mesmo tempo que potencia uma dinâmica de <i>play/experimentação</i> inédita em estádios posteriores da vida .....	303
12.6 As tecnologias locativas admitem o reforço do sentido de lugar dos seus utilizadores sendo o prosumo dos locais apropriado como parte da luta simbólica pelo reconhecimento e pela distinção. ....	308
<b>CONCLUSÃO           313</b>	
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>327</b>

## **ANEXOS (VOLUME 2)**

<b>ANEXO A SOBRE O ADVENTO DAS TECNOLOGIAS DE LOCALIZAÇÃO. ELUCIDAÇÃO.....</b>	<b>I</b>
A.1 Tecnodeterminismo e tecnocronia.....	I
A.2 Breve história, lugar, funcionamento e momentum dos sistemas de posicionamento global por satélite no ecossistema mediático.....	VI
A.3 A quem pode interessar a geolocalização?.....	XIV
<b>ANEXO B SOBRE A CONDIÇÃO INDIVIDUAL EM REDE. ELUCIDAÇÃO .....</b>	<b>XIX</b>
B.1 Posição, agência, acção e sujeição.....	XIX
B.2 Da contingência do <i>self</i> .....	XXI
B.3 <i>Self</i> e <i>status</i> . Dos bens como sistemas de informação .....	XXIV
<b>ANEXO C ELEGIA DO ALASCA. DA VIAGEM IMAGINADA E DA MITOGRAFIA DA AUTO-SUBSISTÊNCIA COMO ESCAPISMO E CORREIAS DE TRANSMISSÃO DA GAIOLA DE VIDRO. UM ALÉM RECONFORTANTE .....</b>	<b>XXXI</b>
<b>ANEXO D EVOLUÇÃO DO MERCADO MUNDIAL DOS JOGOS. ELEMENTOS .....</b>	<b>XL</b>
<b>ANEXO E DO GEOCACHING COMO PARADIGMA DE JOGO MÓVEL LOCATIVO. ELUCIDAÇÃO XLII</b>	
E.1 Geocaching. O que é que isso importa?.....	XLII
E.2 Geocaching. Em que é que isso consiste? Breve enquadramento histórico da actividade, relevância da sua produção e evolução em Portugal .....	XLVIII
<b>ANEXO F DA INCORPORAÇÃO DA LOCALIZAÇÃO NAS PRÁTICAS SOCIAIS E NO GEOCACHING EM PARTICULAR. PRECEDENTES E ÂNGULOS DO SEU ESTUDO NA LITERATURA .....</b>	<b>LVIII</b>
F.1 Perspectiva geográfica: marketing territorial e reconstituição do espaço urbano .....	LVIII
F.2 Perspectiva educativa: construir um conhecimento motivante, significativo e contextual .....	LX
F.3 Perspectiva informática aplicada: desenho de interfaces, jogos, e marketing digital .....	LXII
F.4 Perspectiva <i>big data</i> e análise de redes: discernir padrões de deslocação e associação.....	LXIII
<b>ANEXO G SOBRE O PERFIL DO UTILIZADOR REGULAR DE TECNOLOGIAS DE LOCALIZAÇÃO. ELEMENTOS ADICIONAIS .....</b>	<b>LXIX</b>
G.1 Breve caracterização sociodemográfica da amostra de respondentes ao questionário .....	LXIX

G.2 Posse e uso de dispositivos móveis .....	LXXIV
G.3 Tipos de dispositivo de localização e plataformas usados.....	LXXVII
G.4 Razões para a adoção e utilização de ferramentas e plataformas locativas .....	LXXXII
<b>ANEXO H QUESTÕES METODOLÓGICAS RELATIVAS À CONCEPÇÃO, APLICAÇÃO E</b>	
<b>AVALIAÇÃO DO QUESTIONÁRIO .....</b>	<b>XCII</b>
H.1 Análise & Desenho.....	XCIII
H.2 Desenvolvimento.....	XCIV
H.3 Implementação .....	XCVII
H.4 Avaliação.....	XCVII
<b>ANEXO I NOTAS DE PROCEDIMENTO SOBRE O TRATAMENTO DOS LOGS DOS GEOCACHERS</b>	
<b>RESPONDENTES AO INQUÉRITO (ANÁLISE DE PRODUTOS VIRTUAIS) .....</b>	<b>CIX</b>
<b>ANEXO J NOTAS DE PROCEDIMENTO SOBRE FONTES E CRUZAMENTO DE INFORMAÇÃO</b>	
<b>GEOGRÁFICA       CXI</b>	
<b>ANEXO K TIPOS DE CACHES E RESPECTIVAS CARACTERÍSTICAS.....CXIII</b>	
<b>ANEXO L CATEGORIAS DE PATRIMÓNIO APLICADAS AO INVENTÁRIO DAS GEOCACHES . CXV</b>	
<b>ANEXO M DAS GEOCACHES COMO MARCADORES. DADOS ADICIONAIS .....</b>	
	<b>CXXVI</b>

## ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 2.1 – Elenco parcial de tecnologias suportando directa e indirectamente a espacialização da informação .....	41
Quadro 2.2 - Comparação entre as perspectivas transmissionista e ritualística da comunicação.....	43
Quadro 2.3 - Cruzamento das grandes tradições teóricas dos estudos da comunicação com a problemática da comunicação mediada por computador, das tecnologias de localização e algumas preocupações sociológicas ...	45
Quadro 2.4 – Contextos de comunicação e implicações da computação mediada por computador e das tecnologias locativas .....	47
Quadro 6.1 - Janela de Johari.....	141
Quadro 8.1 – Categorização de temas consoante as práticas espaciais do geocaching .....	160
Quadro 8.2 - Tipos de caches e características.....	183
Quadro 8.3 - Que tipos de cache prefere (consumir)? Ordene por ordem de importância .....	184
Quadro 8.4 – Produção e consumo de geocaches (Portugal) .....	185
Quadro 8.5 – Correlação entre a avaliação das caches por quem as executou e os níveis de dificuldade e terreno declarados .....	186
Quadro 8.6 – Correlação entre altitude do lugar e votação média atribuída .....	197
Quadro 8.7- Países e Regiões mais visitados por geocachers portugueses (top 30).....	202
Quadro 8.8 – Frequência dos tipos de geocache executadas em território nacional e fora dele.....	202
Quadro 8.9 – Distribuição da distância à residência das caches consumidas.....	203
Quadro 8.10 – Médias das medidas de distância (Km) entre caches produzidas e consumidas por jogador – consumidores que são simultaneamente produtores .....	203
Quadro 8.11 – Médias das medidas de distância (Km) entre caches produzidas e consumidas por jogador – total incluindo produtores para os quais não há dados de consumo e consumidores sem produção .....	204
Quadro 8.12 - Disponibilidade para percorrer distâncias num dia típico de geocaching. Residentes no continente <i>versus</i> regiões autónomas.....	205
Quadro 8.13 – Disponibilidade para percorrer distâncias. Estatísticas globais .....	205
Quadro 8.14 – Cenários típicos em que se faz geocaching. Frequência.....	206
Quadro 8.15 – Actividade por dia da semana e tipo de ocupação.....	206
Quadro 8.16 - Relativamente aos seus destinos de férias, qual ou quais das seguintes opções se lhe aplicam? .	206
Quadro 8.17 – Distribuição da actividade dos geocachers por distritos e regiões autónomas em função daquele onde residem.....	207
Quadro 8.18 - Distribuição das geocaches por tipos de uso do solo em que se situam (Portugal Continental) ..	212
Quadro 8.19 - Distribuição das geocaches segundo a densidade populacional do local (hab./km2) .....	213
Quadro 8.20 - Medidas da distância das geocaches à unidade de património, via, linha de água mais próximos e altitude do lugar (continente). .....	216
Quadro 8.21 – Distância entre os pontos iniciais das geocaches e a via mais próxima (metros), considerando a tipologia da última (continente) .....	216
Quadro 9.1 - No conjunto dos <i>hobbies</i> que mantém, qual o lugar ocupado pelo geocaching? .....	222
Quadro 9.2 - Motivações para fazer geocaching segundo o tipo de experiência.....	223
Quadro 9.3 – Funções e propriedades do contentor. Síntese.....	226
Quadro 9.4 - Importância atribuída aos <i>trackables</i> .....	229
Quadro 9.5 - Funções e propriedades do <i>trackable</i> . Síntese. ....	229
Quadro 9.6 - Funções e características dos <i>badges</i> . Síntese.....	232
Quadro 11.1 - Factores apreciados na experiência do geocaching (ordenação).....	264
Quadro 11.2 – Familiaridade <i>versus</i> novidade.....	264
Quadro 11.3 - Centros de <i>cluster</i> finais.....	270
Quadro 11.4 – Sumário de <i>clusters</i> e ordens de prioridade.....	270
Quadro 11.5 Tipos de geocachers e factores mais apreciados ao fazer uma geocache .....	270
Quadro 11.6 - Tipos de geocacher e atitudes .....	271
Quadro 11.7 - Tipos de geocacher e motivações.....	271
Quadro 11.8 - Tipos de geocacher cruzados com os dados de actividade obtidos dos perfis no geocaching.com .....	272
Quadro 11.9 - Frequência da prática do geocaching de acordo com o tipo de companhia .....	275
Quadro 11.10 – Categorias de pessoas que tentou interessar pelo geocaching .....	275
Quadro 11.11 – Correlação entre o grau de identificação com a actividade e indicadores de sociabilidade .....	275
Quadro 11.12 - Já participou em encontros relacionados com o geocaching?.....	283
Quadro 11.13 - Já aproveitou os conhecimentos adquiridos no âmbito do geocaching nalgum aspecto da sua actividade profissional? Em caso positivo, de que forma?.....	283
Quadro 12.1 - Com base na sua experiência diga em que medida concorda ou discorda com as seguintes afirmações relativamente às tecnologias de geolocalização: “Levam-me a reflectir sobre e a fazer um balanço das minhas	



deslocações e dos locais que visito.”.....	293
Quadro 12.2 - Com base na sua experiência diga em que medida concorda ou discorda com as seguintes afirmações relativamente às tecnologias de geolocalização: “Facilitam a organização e ou recuperação subsequente das minhas memórias (comentários, fotos...)” .....	293
Quadro 12.3 - Com base na sua experiência diga em que medida concorda ou discorda com as seguintes afirmações relativamente às tecnologias de geolocalização: “Melhoram o meu conhecimento da geografia e do espaço”..	293
Quadro 12.4 - Quanto à familiaridade, sobre que locais prefere escrever mais frequentemente no(s) Google Maps, FourSquare e ou TripAdvisor?.....	294
Quadro 12.5 - Com base na sua experiência diga em que medida concorda ou discorda com as seguintes afirmações relativamente às tecnologias de geolocalização: “A sua manipulação por vezes confunde-me ou causa-me stress.” .....	294
Quadro 12.6 - Com base na sua experiência diga em que medida concorda ou discorda com as seguintes afirmações relativamente às tecnologias de geolocalização: “Às vezes induzem-me em erro e fazem-me perder tempo.”..	294
Quadro 12.7 - Alguma vez criou um e-mail e ou uma conta ou perfil fictícios ou duplicados numa rede social? .....	307
Quadro 12.8 - Relativamente ao e-mail, conta ou perfil fictícios ou duplicados numa rede social, quais os motivos principais para a sua criação? Ordene por ordem de importância (Primeiro motivo indicado).....	307
Quadro 12.9 - Relativamente ao comportamento que observa nas redes sociais. Até que ponto concorda ou discorda com as seguintes afirmações? .....	308
Quadro A.1 - Evolução do <i>Apparatgeist</i> através dos domínios de tomada de decisão individual .....	XV
Quadro E.1 – Estatísticas relativas ao número e tamanho médio de <i>logs</i> , partilha de fotografias e participação em eventos por parte da população de geocachers residentes em Portugal.....	LV
Quadro G.1 - Quando alguém que não conhece lhe pede amizade numa rede social qual das seguintes atitudes se aproxima mais da sua reacção mais frequente?.....	LXXIII
Quadro G.2 - Posse de dispositivos de comunicação móveis .....	LXXV
Quadro G.3 - Posse de dispositivos portáteis de localização, entretenimento e armazenamento .....	LXXVI
Quadro G.4 - Frequência média de acesso à Internet via telemóvel, .....	LXXVII
Quadro G.5 – Concordância com “Tenho tendência para usar mais o telefone quando estou sozinho(a).”.....	LXXVII
Quadro G.6 - Tipos de dispositivos onde usou tecnologias locais por idade e género .....	LXXVIII
Quadro G.7 - Tipos de utilização da tecnologia de localização em acesso móvel .....	LXXIX
Quadro G.8 – Tipos de utilização da tecnologia de localização em acesso fixo .....	LXXIX
Quadro G.9 - Percepção dos efeitos das tecnologias de localização .....	LXXXI
Quadro G.10 – Concordância com a afirmação “A Internet permite-me viajar sem sair de casa.”.....	LXXXII
Quadro G.11 - FourSquare. Usos segundo o tipo de utilizador (esporádico <i>versus</i> regular) .....	XCI
Quadro H.1 Etapas de aplicação e acesso ao questionário e soluções adoptadas. Síntese. ....	XCVI
Quadro H.2 - Estatísticas globais da duração do preenchimento dos questionários dados como "completos" .....	C
Quadro H.3 – Taxas de resposta aos módulos facultativos .....	CI
Quadro H.4 - Distribuição do total da amostra por distritos e regiões autónomas de residência .....	CII
Quadro H.5 – Rácio regional de penetração da prática do geocaching (4º Tri. 2014) .....	CIII
Quadro H.6 Distribuição da amostra por distritos e regiões autónomas de residência (geocachers) .....	CIV
Quadro H.7 – Estatísticas comparativas das características da amostra com o universo geocacher .....	106
Quadro H.8 - No conjunto dos <i>hobbies</i> que mantém, qual o lugar ocupado pelo geocaching? .....	CVI
Quadro H.9 - Qual o seu estado civil? (Geocachers) .....	CVII
Quadro H.10 - Rendimento líquido do agregado (Escalões). Geocachers .....	CVIII
Quadro I.1 - Registos virtuais ( <i>logs</i> ) dos respondentes ao inquérito segundo o tipo .....	CIX
Quadro I.2 - Registos virtuais ( <i>logs</i> ) dos respondentes ao inquérito pelo tipo de cache .....	CIX
Quadro M.1 - Termos mais frequentemente empregues na descrição das geocaches .....	126
Quadro M.2 – Expressões (combinações de palavras) mais frequentemente empregues na descrição das geocaches .....	126
Quadro M.3 - Entidades mais frequentemente citadas na descrição das geocaches.....	127
Quadro M.4 – Entidades mencionadas (categorias).....	129
Quadro M.5 – Entidades mencionadas (“Grandes Portugueses”).....	129

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 - Dialética espacial (Lefebvre).....	23
Figura 2.1. A Internet perante as necessidades do viajante nas diversas etapas da viagem física.....	40
Figura 5.1 - Estrutura do Pensamento, (“Em que estás a pensar?”) e “Eventos de vida” significativos <i>apud</i> Facebook.....	106
Figura 8.1 – Ordem de preferência por um “sítio natural” como tipo de lugar para fazer uma geocache.....	164
Figura 8.2 - Camadas na interpretação do Mosteiro dos Jerónimos.....	180
Figura 8.3 - Dos SIG como <i>graffiti</i> . Exemplos de manipulação de <i>waypoints</i> como arte digital.....	182
Figura 8.4 - Satisfação e rácio de procura-oferta por tipos de cache.....	185
Figura 8.5 - Variação do grau médio de satisfação em função da dificuldade e do tipo de terreno.....	186
Figura 8.6 – Categorias principais de património mencionado nas geocaches.....	188
Figura 8.7 – Aplicação do léxico das categorias de património SIPA ao inventário de geocaches (nuvem de palavras).....	189
Figura 8.8 – Exemplo específico de padrão de colocação de geocaches ao longo do tempo.....	195
Figura 8.9 - Prevalência de tipos de sensações nos <i>logs</i> (categorias RID).....	198
Figura 8.10 - Centros geográfico, demográfico e geocacher de Portugal (evolução anual).....	201
Figura 8.11 - Regiões espanholas por frequência de deslocação dos geocachers.....	203
Figura 8.12 - Importância do geocaching como <i>hobby</i> e distância a que está disposto a deslocar-se para o levar a cabo.....	205
Figura 8.13 – Disponibilidade para percorrer distâncias. Distribuição.....	205
Figura 8.14- Eixos médios de deslocação dos geocachers respondentes relativamente ao seu local de residência. Geocaches consumidas (esq.) e produzidas (dir.).....	208
Figura 8.15 – Casos A e B. Repartição espaço-temporal da actividade (caches consumidas).....	209
Figura 8.16 - Casos C e D. Repartição espaço-temporal da actividade (caches consumidas).....	211
Figura 8.17 – Distribuição das geocaches por polígonos BGR11 (Continente, à esquerda) e Freguesias sem geocaches (à direita).....	214
Figura 8.18 – Entre água e serra.....	214
Figura 9.1 - Tipos de experiência valorizados ao fazer geocaching.....	223
Figura 9.2 – Exemplos de geobricolage.....	226
Figura 9.3 - Exemplos de <i>geocoins</i> .....	228
Figura 9.4 – Exemplos de <i>travel bugs</i> .....	229
Figura 9.5 – Exemplo (parcial) de <i>badges</i> exibidos num perfil de geocacher.....	232
Figura 9.6 – Razão entre <i>trackables</i> registados e <i>caches</i> encontradas.....	236
Figura 9.7 – Mecanismos de operação e estratégias conflituantes de distinção pelo segredo e pela competição no geocaching.....	242
Figura 9.8 - Concordância com a afirmação “Há demasiadas pessoas a fazer geocaching” segundo a longevidade no <i>hobby</i> (ano em que se iniciou).....	244
Figura 10.1 – Tipos de elementos valorizados nos <i>logs</i> .....	251
Figura 10.2 – Nuvem de termos significativos (RID) por frequência de ocorrência nos <i>logs</i> .....	251
Figura 10.3 Distribuição geográfica de algumas expressões vocabulares mais ocorrentes.....	255
Figura 11.1 - Perfis-tipo de geocacher segundo os graus de identificação com a aquisição de conhecimento e habilidades, sociabilidade e descoberta do espaço.....	270
Figura 11.2 - Frequência da prática do geocaching de acordo com o tipo de companhia (casos).....	275
Figura 11.3 - Categorias de pessoas que tentou interessar pelo geocaching.....	275
Figura 11.4 – Frequência da prática solitária do geocaching por género (%).....	280
Figura 11.5 – Frequência de prática do geocaching “sozinha” por estado civil (casos).....	281
Figura 11.6 - Frequência de prática do geocaching “sozinho” por estado civil (casos).....	281
Figura 11.7- Foto de grupo de evento comemorativo dos 12 anos de geocaching.....	282
Figura A.1 - Resoluções de ecrã mais populares no acesso à Internet por telefone móvel e evolução do tamanho dos ecrãs dos <i>smartphones</i> ao longo dos anos.....	XI
Figura A.2 - Benefon Esq! Primeiro telemóvel com GPS incorporado (1999).....	XII
Figura A.3 - Vendas mundiais trimestrais de <i>smartphones</i> por sistema operativo <i>versus</i> telemóveis não <i>smartphones</i> (2007-2017).....	XIV
Figura A.4 - Percentagem dos utilizadores que usam serviços baseados na localização nos <i>smartphones</i> – Países da OCDE (2013).....	XVI
Figura A.5 – Total estimado de viagens, segundo o motivo, destino e duração (residentes em Portugal durante o ano de 2015).....	XVIII
Figura A.6 - Relação entre turistas e não turistas, segundo a autoclassificação perante o trabalho (2015).....	18
Figura A.7 - Relação entre turistas e não turistas segundo o grau de escolaridade (2015).....	18
Figura D.1 - Mercado mundial dos jogos em 2015 por tipo de dispositivo.....	XL

Figura D.2 - Estimativa de evolução do mercado mundial do entretenimento por sector (2008-2018).....	XLI
Figura E.1 – Evolução da população de geocachers residentes em Portugal e nº de caches (2001-Jun.2017)....	LIII
Figura E.2 - Intensidade da prática do geocaching e sazonalidade .....	LVI
Figura E.3 – Deslocações dos residentes no território nacional por mês e número de <i>logs</i> de geocachers (2014) .....	LVI
Figura G.1 – Contexto do local de residência. Distribuição distrital (barras) .....	LXX
Figura G.2 - Pirâmides etária e níveis de escolaridade dos respondentes, por género .....	LXXII
Figura G.3 - Já alguma fez executou algumas das seguintes tarefas usando especificamente o(s) seu(s) telefone móvel, <i>tablet</i> ou similar?.....	LXXVI
Figura G.4 - Variedade de dispositivos onde usou tecnologias de localização (geocachers <i>versus</i> não geocachers). .....	LXXVIII
Figura G.5 – Frequência de acesso a plataformas de localização .....	LXXX
Figura G.6 - Peso relativo das necessidades gratificadas na adopção das plataformas de localização, consoante declaradas.....	LXXXVII
Figura H.1 - Mapa com a repartição da amostra por concelhos de Portugal Continental .....	CI
Figura H.2 - Distribuição de geocachers pelo ano de início (%).....	CV
Figura H.3 - Pirâmide etária de respondentes por escalões de 5 anos, segundo o género (geocachers).....	CVII
Figura H.4 - Nível de escolaridade por género (geocachers) .....	CVII
Figura L.1 – Categorias SIPA aplicadas ao inventário de geocaches .....	CXV
Figura M.1 – Associações (co-ocorrências) primárias e secundárias ao vocábulo “vista” .....	CXXVI

## GLOSSÁRIO DE SIGLAS

- API.** *Application Programming Interface.* Interface de Programação de Aplicações.
- BD.** Base de Dados. Em inglês: *DB.*
- CAOP.** Carta Administrativa Oficial de Portugal.
- CMC.** Computação Mediada por Computador.
- CMS.** *Content Management System.* Sistema de Gestão de Conteúdos.
- COS.** Carta de Ocupação do Solo.
- CITO.** *Cache In, Trash Out.*
- EDGE.** *Enhanced Data Rates for GSM Evolution.*
- GM.** GeoMagazine. Publicação mensal sobre geocaching.
- GPS.** *Global Positioning System.* Sistema de Posicionamento Global.
- GZ.** *Ground Zero.* Em geocaching diz-se do local correspondente às coordenadas da geocache.
- IAAN.** *It's All About the Numbers.*
- ICNF.** Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas.
- INE.** Instituto Nacional de Estatística
- IP.** *Internet Protocol (Address).*
- LAMP.** Linux, Apache, MySQL e PHP. Combinação de softwares para alojamento web.
- LCD.** *Liquid-crystal Display.* Tipo de ecrã, vulgarmente dito “plano”.
- NSA.** *National Security Agency.* Agência norte-americana de recolha de informação estratégica.
- OCDE.** Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
- OSM.** *Open Street Map.* Plataforma colaborativa para a produção de informação espacial.
- PDA.** *Personal Digital Assistant.* Assistente Pessoal Digital.
- QR Code.** *Quick Response Code.*
- RID.** *Regressive Imagery Dictionary.*
- SIG.** Sistema(s) de Informação Geográfica. Em inglês: *GIS.*
- SIPA.** Sistema de Informação para o Património Arquitectónico.
- SNGS.** Sistema de Navegação Global por Satélite. Em inglês: *GNSS.*
- TCST.** Teoria da Construção Social da Tecnologia. Em inglês: *SCOT.*
- SRS.** Sítio de Rede Social. Em inglês: *SNS.*
- TB.** *Travel Bug.* Artefacto parte do jogo móvel locativo.
- TFTC.** *Thanks for the Cache.* Em português: OPC.
- TUG.** Teoria dos Usos e Gratificações. Em inglês: *UGT.*
- UMTS.** *Universal Mobile Telecommunications System.*
- WFS.** *Web Feature Service.*
- WGS84.** *World Geodetic System 1984.*
- WMS.** *Web Map Service.*

## INTRODUÇÃO. ENQUADRAMENTO E JUSTIFICAÇÃO

Quando há um pouco mais de duas décadas de anos, no esteio do Mosaic, o navegador Netscape facilitou a generalização do uso da WWW, o fenómeno, coincidindo com o que Silver (2000, p. 233 e seg.s) designou por “cibercultura popular”, foi feito acompanhar por um discurso entusiasta e futurista pródigo em prefixos sugestivos tais “híper” e “ciber”, compondo neologismos como “ciberespaço”, “cibercultura” e “cibersociedade” (Benedikt, 2007; Dodge & Kitchin, 2001; Jones, 1997), que entraram na vulgata mediática. A teoria social relativa ao seu estudo foi na sequência fortemente marcada pela convicção de se estar perante uma realidade nova, timbrada por uma oposição entre “real” e “virtual”, entre espaço físico e ciberespaço, de tal modo que ao segundo foram alternadamente atribuídas propriedades tanto optimistas e utópicas como pessimistas e distópicas (Armitage & Roberts, 2002; Mosco, 2004; Webster, 2005a) em particular relativamente ao que se antevia ser o seu carácter anónimo, como ponto de fuga empobrecido capaz de abstrair ou distrair das condições locais, deixando os indivíduos perante uma efectiva perda do seu sentido do lugar (Meyrowitz, 1985) e consubstanciando um quadro socio-tecnológico aparentemente passível de aprofundar os temores de acordo com os quais a aceitação dos valores massificados e o arvoamento do consumo conceptual, da eficiência e da racionalidade económica como fins da organização social e da própria conduta individual levariam cada vez mais a uma experiência inautêntica, indirecta e simulada da vida vivida (Baudrillard, 1983), ao esboroamento e abstracção do significado dos lugares (Augé, 1995; Relph, 1976; Ritzer, 1999, 2004, 2010a), à atomização (Keen, 2012; Turkle, 2011a), ao narcisismo (Lasch, 1978; Twenge & Campbell, 2009), ao afrouxamento da cultura cívica e mesmo à manietação da democracia (Dean, 2002, 2009; McChesney, 2013; Postman, 1985; Putnam, 2000).

A evolução mais recente dos meios pessoais de comunicação de massas, com a disponibilização da internet móvel, em larguras de banda crescentemente amplas, acompanhada da generalizada penetração de dispositivos computacionais miniaturizados (*smartphones* e *tablets*), integrando sensores que permitem conhecer o ambiente onde os utilizadores se situam a cada instante, tornando acessível e permitindo-lhes produzir informação e interagir com outros em função da respectiva localização, através da incorporação do sistema de posicionamento global (GPS), nos dados e mensagens trocados, não parecem todavia suportar inteiramente nem uma nem outra perspectiva. Sobretudo, ela veio instituir uma realidade que deu força aos que perante o debate espaço *versus* ciberespaço e aos reptos colocados à geografia pelas tecnologias da informação, mediante seja a compressão (Harvey, 1989, p. 260; Kirsch, 1995) seja a distanciação (Giddens, 1990, p. 14) espaço-temporal, privilegiaram a tese da sua co-evolução e recombinação sobre a da sua substituição e transcendência (Graham, 1998).

Uma corrente de pensamento crítica da possibilidade de o espaço electrónico constituir uma forma de irrelevar o espaço físico, propondo em alternativa que ambos se interpenetram e constituem em paralelo dentro de processos e tendências sociais comuns, empregando para tal duas grandes ordens de argumentos. Por um lado, censurando a visão redutora da comunicação como transmissão de informação, notando que ela envolve igualmente rituais (Carey, 2009; 2003a; Falkheimer & Jansson, 2006, p. 11 e seg.s; Ling, 2008) e uma dimensão de intracomunicação (Gackenbach, 2007), tão ou mais

relevante que a interacção, suscitando a pura contemplação dos seus produtos relações hermenêuticas através das quais “podemos ler-nos a nós próprios em qualquer situação possível sem estar lá” (Ihde, 1990, p. 92), formas de *intergilância* (Jansson, 2015), reflexividade, comparação e diálogo interno (Archer, 2003, 2007), invisíveis/não exteriorizados mas tão ou mais significativos (Holmes, 2005). Por outro, salientando como Castells (2002, p. 430; 2009, p. 320), que mais do que de “realidade virtual”, a cultura nascente é uma de “virtualidade real” (Bell, 2007, p. 77; Cardoso, 2006a, p. 35; Delanty, 2003, p. 175; Fuchs, 2008, p. 137; Scott, 2006, p. 250), em que a informação e trocas no espaço comunicacional virtual efectivamente representam e articulam espaços e lugares reais, também na medida em que “as culturas são formadas por processos de comunicação e todas as formas de comunicação (...) são baseadas na produção e consumo de signos”, não existindo por conseguinte “separação entre ‘realidade’ e representação” (Castells, 2002, p. 488), operando-se na moderna sociedade informacional sobretudo uma articulação glocal (Robertson, 1995), entre o espaço dos locais e o espaço dos fluxos, em que os últimos se reportam a dinâmicas sociais com concepções de espaço, tempo e poder novas, constituindo menos uma camada adicional ao espaço geográfico do que uma nova forma da sua experiência e organização (Mol, 2008, p. 44) mediante sequências de troca entre posições ocupadas por actores sociais fisicamente dispersos (Castells, 2002, pp. 535-536).

Sendo certo que uma redução no tempo de circulação das mensagens e dos próprios produtos e indivíduos - a aceleração da comunicação e dos transportes (Mattelart, 1994; Morley, 2011a; Urry, 2000, 2003a; Wajcman, 2008) - por vezes minora e até aniquila certas limitações antes impostas pela distância e pelo espaço (Thompson, 1995, p. 36), o que sai minorizado é ainda assim a importância da primeira enquanto o segundo acaba valorizado e até enriquecido com a possibilidade de definição de novas constelações relacionais entre indivíduos e populações que anteriormente não entrariam em contacto, ao mesmo tempo que na sociedade global a ideologia da transparência, da visibilidade permanente e da reflexividade auto-responsabilizadora, associada à possibilidade de acesso ilimitado à informação como dever individual de reciclagem constante dos saberes (Adams, 2007; Gabriel, 2004), encerra o duplo paradoxo de por um lado – sendo as redes “instrumentos apropriados para uma economia capitalista baseada na inovação, globalização e concentração descentralizada” (Castells, 2002, p. 607) - servir a legitimação da acção das multinacionais e das relações laborais precárias em que as transferências de capital se podem ter tornado instantâneas e a produção deslocalizado mas os demais factores continuam bastante fixos fazendo-se essa deslocalização sempre em busca de condições locais - em que o capital é global, o trabalho local, adquirindo os lugares participação nas redes em função da natureza ora genérica ora auto-programável da mão-de-obra neles disponível (Bell, 2007, p. 71) - e por outro de, de facto, e na prática, a generalidade dos indivíduos se mostrarem menos interessados em mobilizar os instrumentos para a melhoria da prestação profissional do que para o entretenimento e o lazer, assistindo-se a uma ludificação – porventura infantilização (Bauman, 2007) - crescente da vida social e da própria constituição e expressão da identidade individual (Danet, 2001; Frissen, 2015; Raessens, 2006; Timmermans, 2010), mantendo em estádios ulteriores da vida dinâmicas de jogo e de experimentação antes eminentemente reservadas à infância e à adolescência, bem como conferindo aos indivíduos meios

inauditos para comporem as suas fachadas digitais (Goffman, 1959; Rettie, 2009) através de processos de apresentação e representação que consolidando a tendência da modernidade reflexiva (Beck, Giddens, & Lash, 1994; Giddens, 2001) os imponderam como gestores do seu próprio marketing pessoal ou *self branding* (Hearn, 2008; Jenkins, Ford, & Green, 2013, p. 89; Marwick, 2013), esbatendo as linhas entre entretenimento e persuasão (Shrum, 2004); entre entreter-se e ser objecto de entretenimento, entre ser persuadido e a possibilidade de actuar como persuasor e entre monitorizar o ambiente e ser monitorizado (Campbell & Park, 2008; Coyne, 2010).

Assim, sendo o espaço um produto de vivências, representações e imaginações (Lefebvre, 1991b), “a questão verdadeiramente relevante levantada pela ‘revolução nas comunicações’ e pelo ciberespaço não é se o espaço será aniquilado mas que tipos de multiplicidades, padrões de unicidade, relações e formas de poder serão construídos com estas novas formas de configuração espacial em que mais do que áreas com fronteiras delimitadas os locais surgem enquanto momentos articulados em redes de relações e entendimentos sociais” (Massey, 2005, p. 91).

É dentro destas últimas preocupações que o presente trabalho se situa, elegendo como tema e **alvo de inquérito o advento da integração da localização na comunicação** (Scharl & Tochtermann, 2007) enquanto factor passível de conciliar dimensões outrora percebidas como desavindas através do engendramento de espaços híbridos (Crabtree & Rodden, 2007; Manovich, 2013; Silva & Sheller, 2015) e aumentados (Manovich, 2010) de prática social em que a co-presença cede lugar à presença co-diferida e em que ao invés de serem deixados sem bússola, no plano micropolítico, os indivíduos de facto encontram oportunidades de afirmação e inscrição pessoal ao mesmo tempo que, no plano, corporativo e institucional, trans e internacional, se abrem veredas e aproveitamentos geoestratégicos no tocante seja à publicidade seja à geovigilância (Allmer, 2012; Denicola, 2006; Monmonier, 2002), constituindo afinal, uns e outros, aprofundamentos de dinâmicas perenes; de poder (Castells, 2009), autoridade ou mera distinção (Bourdieu, 1979) e prossecução do estatuto (Veblen, 2007) - associadas, numa sociedade globalizada segundo metas uniformes de consumo (Bryman, 2004a; Cross, 1993; Ritzer, 2010d), através da identificação com estilos de vida (Matrix, 2006; Shields, 1992) crescentemente móveis (Urry, 2007), não só como apanágio exclusivo de elites cosmopolitas ou de diásporas de imigrantes, mas inclusive e meramente, no quotidiano das práticas de lazer de fatias crescentes da população (Rojek, 2010; Urry & Larsen, 2011), como comunhões móveis (Hetherington, 1994; Maffesoli, 1996, 2006) em que o espaço actua como lubrificante narrativo (Certeau, 1984; Fisher, 1987) permitindo formas de sociabilidade e associação que intermetem a comunicação virtual com as relações face-a-face. Em que, através das plataformas locativas, os lugares continuam no centro do processo comunicativo, dialogando, expressando-se e frequentemente encontrando-se os indivíduos em função deles.

Tornados cientes da localização, os dispositivos comunicacionais constituem hoje mais do que nunca “interfaces sociais” e os espaços criados pelo movimento de utilizadores que transportam os seus dispositivos portáteis permanentemente conectados à Internet e aos outros utilizadores são espaços ambíguos, transformando a sua experiência ao engastarem os contextos remotos dentro da sucessão

dos contextos presentes (Silva, 2006). Já não se trata, como tal, de admitir como Meyrowitz que a “lógica situacional do lugar” se diversifica em função da possibilidade de encarnar múltiplos papéis simultaneamente, ao arrepio do contexto material, mas de reconhecer que a percepção do contexto material é ela própria moldada por estes e pela forma como o utilizador em distintas condições recupera do seu círculo de amizades, dos seus círculos de interesses, da sua condição enquanto turista ou jogador, a informação localmente relevante.

**Por conseguinte, contra as profecias do “desnorte”, a tese que defendemos é a de que as tecnologias de geolocalização constituem o elo não antecipado que permite superar os desafios da conciliação entre espaço e ciberespaço e a grande hipótese que levantamos e exploramos é a de as elas permitem o reforço do sentido de lugar dos respectivos utilizadores** (hipóteses mais específicas são subsequentemente derivadas e verificadas, *cf.* abaixo, p.146).

O nosso **objecto geral** é desta forma constituído pelo específico domínio das práticas sociais contemporaneamente vividas dentro do perímetro exclusivamente delimitado pela **sobreposição** de três grandes vectores de análise:

- O **Espaço**, entendido como edificação simbólica e produto social, simultânea e inextricavelmente físico e mental, mormente nas orientações fenomenológica (Farman, 2012; Heidegger, 1967; Merleau-Ponty, 1962; Schutz, 1967; Seamon, 2014; Throop & Murphy, 2002), relativística e relacional (Harvey, 2006) conferidas pelo *spatial turn* (Goodchild & Janelle, 2004; Graham, 1998; Löw, 2013; Warf & Arias, 2009), que perspectivam os **lugares** como ponto de encontro topofílico<sup>1</sup> de prática e coexistência, definidos pelos afectos e valor dinamicamente atribuídos pelo movimento de quem os cruza (Massey, 1994; Simonsen, 2008; Tuan, 1977).
- Os **Actores Sociais** (os indivíduos e as diversas formas porque estes se associam), assumindo que a respectiva constituição da identidade e motivações explícitas e implícitas para a conduta e adopção da inovação tecnológica (Katz & Lazarsfeld, 2006) nunca são inteiramente independentes nem dos grupos de proximidade ou de comunhão de interesses nem das estruturas sociais alargadas em que se inserem e da posição que entendem lhes corresponde ou pretendem reclamar dentro deles. Seja na visão de Archer (2010, p. 136) quanto à “lógica situacional da oportunidade” instituída pela globalização, premiando o oportunismo e a capacidade de estabelecer associações inéditas, seja na de Blau (1964, 1994) relativamente à teoria das trocas nas redes, enfatizando a necessidade da recompensa sob a forma de fluxos de estima e reputação, seja, ainda, de forma particular, na conceptualização de Bourdieu (Bourdieu, 1991, pp. 229-230) quanto à Sociologia como topologia social cujo espaço é entendido como constituído com base nos princípios da diferenciação e da distinção que animam cada um a posicionar-se procurando maximizar o seu poder e a sua força, instituindo “relações que não são redutíveis às intenções dos agentes nem mesmo às interações entre agentes” mas antes “derivadas das propriedades sociais activas” e da distribuição dos diversos tipos de capital vigentes na estrutura de campos que integra o universo social.
- As **Tecnologias de Informação e de Comunicação em rede**, como elemento passível de engendrar mudanças no ecossistema mediático e no ambiente em que a vida quotidiana decorre, admitindo *affordances* particulares, “novos” média e “novas” práticas que, não obstante podem e devem ser integradas em continuidade histórica e teórica (Gane & Beer, 2008; Gitelman & Pingree, 2003; Graham, 2006; Hansen, 2004; Jenkins, 2006; Jenkins, Ford, & Green, 2013; Katz, Haas, & Gurevitch, 1973; Lister, 2008; Manovich, 2002; Moores, 2012; Papacharissi, 2009; Silverstone, 2005; Wasko, Murdock, & Sousa, 2011). **Conferindo dentro destas uma atenção especial às tecnologias de localização** e à sua passibilidade particular de alterar as dinâmicas da proximidade e distância, de presença e de ausência (Urry, 2007), na medida em que vão de encontro às necessidades de uma sociedade que conhece mobilidade crescente, alterando as percepções do espaço e fomentando a criação de renovados interesse por e experiência da particularidade dos lugares (Falkheimer & Jansson, 2006; Nyíri; Özkul & Humphreys, 2015; Wilken & Goggin, 2012).

**Empiricamente** tal intersecção corresponde em concreto às experiências e aproveitamentos

---

<sup>1</sup> Relativo a “topofilia”, palavra de origem grega obtida pela junção de *topos* (local) com *philia* (afecto por).



admitidos para os diversos protagonistas através das plataformas colaborativas de redes sociais (Cardoso, 2010; Haklay, Singleton, & Parker, 2008; Hardey, 2007; Sui, Elwood, & Goodchild, 2013; Walther & Jang, 2012) que especificamente incorporam sistemas de informação geográfica (os assim chamados “mídia locativos”, definidos por integrarem tecnologias que exprimem relação de lugar ou a lugar/localização, permitindo a produção acesso e partilha de informação georreferenciada através do sistema de coordenadas WGS84 e do GPS, tipicamente oponíveis em mapas - e dentro destas, como mais significativas, pelo impacto que têm no quotidiano (Lammes, 2011), consoante se demonstrará, as que admitem formas lúdicas, nas quais não só os lugares com os tempos (outroa apercebidos como alvo de uma repartição evidente entre o “livre” e o sujeito a “obrigação profissional”) e os respectivos círculos de relações se intermitem e imiscuem.

## PESQUISA

Em síntese, este trabalho investiga assim como, entre as tecnologias de comunicação em geral, as tecnologias de geolocalização em particular, têm estado a ser incorporadas na vida social, debruçando-se sobre a forma como os seus utilizadores empregam os respectivos dispositivos computacionais e correspondentes capacidades, na sua forma móvel e miniaturizada, permanentemente acessíveis e cientes da sua posição no espaço físico, no quotidiano, consumido e produzindo informação georreferenciada, deslocando-se e interagindo com as suas memórias e com outros dentro das suas redes de relações em função dela.

Como particulares alvos de inquérito elegem-se como caso crítico os diferentes aspectos associados à experiência e ao confeito dos lugares como pontos de cruzamento simbolicamente inscritos e voluntariamente produzidos, em regime colaborativo, no quadro das práticas específicas da população nacional de geocachers e do jogo locativo móvel geocaching. Procurando-se compreender a forma como os indivíduos se auto-apresentam, identificam e levam outros a identificar-se com os lugares que alternadamente escolhem produzir-destacar e consumir-visitar, indagando sobre se e em que medida esta partilha de informação localizada pode afectar os padrões de interacção espacial e social e as dinâmicas de distância e associação.

Incorporando preocupações dos debates teóricos nas ciências sociais quanto à reflexividade acrescida da condição individual contemporânea, do marxismo espacial, da geografia crítica, do *spatial turn* e dos assim designados paradigmas narrativo e das mobilidades, defende-se a **tese** de que a georreferenciação da informação operou a oclusão entre os espaços físico e informacional, estabelecendo um contínuo de prática que permite aos utilizadores inscreverem a sua individualidade e reforçarem o seu sentido de lugar e da sua posição social, em termos da sua propriocepção espacial em relação aos outros e da inscrição do seu sentido de gosto em espaços hibridizados em que não só a informação inscreve o lugar, como através das plataformas colaborativas os próprios indivíduos o fazem.

Em consonância com a tradição do interaccionismo simbólico, de Cooley (1956) e de Mead (2015) à perspectiva dramaturgic de Goffman (1951, 1959, 1967) quanto à apresentação do *self*, antecipa-se que a partilha da localização seja acima de tudo um processo activo de negociação,

*performance* e construção de significado em que as pessoas partilhem a sua situação corrente bem como elementos sobre locais escolhidos menos com o intuito de coordenar a sua acção e comportamento com os outros e mais como forma de construir e apresentar uma identidade específica perante os membros das plataformas de redes sociais em que se integram (Aguado & Martinez, 2010; Baym, 2010; Cohen, 2012; Papacharissi, 2011)

Como ponto de partida, antecipa-se ainda que uma relação possa existir entre a prossecução de estilos de vida (Lizardo, 2006), o *zeitgeist* das sociedades informacionais contemporâneas, marcadas pela uniformização do consumo a nível global (Bauman, 2007) e pela adopção das comunicações móveis e que esta relação tendencialmente afecte múltiplos aspectos: das interacções face-a-face à acção nas redes sociais, das fronteiras entre trabalho e lazer à micro-coordenação da vida quotidiana e ainda no tocante às estratégias através das quais os indivíduos tentam ultrapassar as diferenças no espaço e no tempo para formar os seus próprios espaços pessoais dentro dos espaços da memória pública e da atracção turística convencional (Cartier & Lew, 2005; MacCannell, 1999), permitindo sobretudo inscrever as suas memórias privadas sobre as colectivas. Assim, salienta-se a contradição do espaço comunicativo virtual (o “ciberespaço”) consoante originalmente imaginado e como nos estudos da comunicação móvel mediada o foco da discussão deve evoluir da forma como as tecnologias móveis ligavam pessoas repartidas por distintos lugares – e como é que, quanto muito, imersas nestes elas articulavam a relação entre o contexto físico e os contextos virtuais – passando a debruçar-se sobre como é que os lugares eles próprios levam as pessoas a dialogar através das tecnologias – e como é que o contexto virtual é alavancado através da introdução do contexto físico e do conhecimento concreto dos lugares.

Como Dourish (2006) oportunamente observou a introdução da tecnologia na comunicação não se limita a criar novas oportunidades para a socialidade e para a criação de novos espaços experienciais, ela confere igualmente novas possibilidades no que toca a manipulação e o constrangimento da sua representação levando a que precisemos de indagar sobre a espacialidade (a organização espacial específica de cada sociedade histórica e diacronicamente situada) emergente e o papel que a tecnologia desempenha nas práticas que a constituem.

Na sugestão de Castells (2004, p. 171) as mudanças nas tecnologias da comunicação afectam decisivamente a forma como espaço e tempo são experimentados e na actualidade, caracterizada pelo *espaço dos fluxos* e pelo *tempo sem tempo*, “os dispositivos móveis de comunicação ligam as práticas sociais em múltiplos lugares” e por conseguinte elidem as fronteiras entre o público e o privado, o individual e o social. O espaço dos fluxos não é um espaço sem lugares, mas algo que é definido pelo conteúdo da informação por relação a indivíduos convertidos em nodos móveis sendo a circulação desta que dá forma às redes e ao sentido territorial e de lugar de cada actor social.

Entendidos como articulação específica de práticas sociais, relações e materialidade bem como conjunto de experiências, narrativas e significados simbólicos que lhe são atribuídas pelos seus diferentes usuários, os “lugares” tornam-se conjugações únicas e diferentes de redes de práticas e relações, não apenas um conjunto de condições estáticas que os processos dinâmicos afectam, mas

constelações co-produzidas em permanente construção e mudança” (Simonsen, 2008, p. 16). São por conseguinte pontos de cruzamento sujeitos a duas dimensões: especificidade – adquirindo significados distintos para cada indivíduo - e simbólica-existencial/diferencial (Adey, 2006), relativa à inscrição de significado empreendida pelos actores sociais e ao possível envolvimento destes últimos como meio de formação e expressão de identidade, como espaço vivido e apropriado em que se misturam tempos e ordens de virtualidade e actualidade e em que os indivíduos não só manifestam os seus afectos como reproduzem os seus *habitus* e esquemas culturais incorporados tendo em mente a necessidade ora de se fazer reconhecer ora de tentar estabelecer relações de poder ou influência mormente esgrimindo o seu sentido de gosto, associado a um sentido da posição que se ocupa ou deseja ocupar na hierarquia social.

### QUESTÕES

A localização da informação pode ser alvo de apropriação e interesse pelas mais diversas razões. No plano do raciocínio manifesto (*cf.* abaixo, nota 203, p. 279) pode na sua forma mais básica corresponder a uma necessidade puramente cognitiva, relativa à redução da incerteza, permitindo antecipar um local novo (Meyrowitz, 2004), evitar a possibilidade de se perder e maximizar o tempo e os meios necessários para o atingir; pode desempenhar uma função de alívio da tensão, quando assume a forma de jogo passível de levar à descoberta de novos locais, como forma de tempero e fuga à rotina; pode ainda corresponder a uma necessidade integrativa social e afectiva quanto à possibilidade de explorar mecanismos que coloquem o indivíduo em contacto com outros revelando a sua proximidade física por entre a multidão, permitindo a extrusão do anonimato virtual para o efectivo encontro focado e presencial.

Mais do que isso, porém, e talvez mais interessante, no plano do raciocínio latente e ensombrado, deliberadamente opaco, no caso dos protagonistas institucionais, invisível e por vezes subconsciente e pré-reflexivo, no caso dos actores individuais, pode corresponder a uma preocupação com a asserção da individualidade e da diferenciação, da elevação da posição dos actores dentro das redes, constituindo uma forma de esgrimir e conferir o respectivo estilo de vida como sustentado e satisfatório.

São preocupações e níveis de análise que levam a que como orientação geral do trabalho à partida se destaque a busca da resposta à seguinte questão genérica:

#### **Como é que a introdução da localização na comunicação mediada afecta a organização das relações sociais no tempo e no espaço?**

Implicando, mais especificamente indagar sobre como (outras questões particulares são subsequentemente enumeradas, *cf.* p. 145 e seg.s):

- Como, para que fins e em ordem a que preocupações é que os actores sociais integram a possibilidade da localização da informação nas suas práticas?
- Como é que o espaço é reconceptualizado pela conectividade dos meios digitais?
- De que maneiras e porque processos as pessoas se identificam e representam a elas próprias através das localizações físicas que optam ou não por partilhar?

O confronto teórico e os dados levantados permitirão formar a base de uma discussão e demonstração de como a informação localizada pode ser usada para renovar os sentidos dos lugares e reconfigurar as práticas espaciais e sociais.

## **METODOLOGIA**

Em obediência aos objectivos anteriormente traçados, metodologicamente, o trabalho evolui mesclando distintas estratégias de investigação.

Na primeira metade (cap.s 1 a 6, complementados pelos Anexos A a D) de cunho eminentemente teórico, desenvolve-se a preocupação de identificar e recuperar alguma da teoria social relevante, usando-se para tal os métodos genealógico e dialéctico, de indagação da origem, exposição e confronto crítico dos conceitos e grandes paradigmas a partir da literatura, pontualmente ilustrados e comparados com alguns motivos de reflexão e dados estatísticos obtidos a partir de fontes credíveis que se invocam em segunda mão.

Na segunda metade (cap.s 7 a 12), de feição teórico-empírica (isto é, tendo como motor a interpretação dos dados originalmente recolhidos junto do universo eleito, colocando-os em interlocução com o esforço anterior), opta-se por inquirir sobre o jogo locativo em particular, reconhecendo-lhe critérios de especial acuidade como caso crítico (sobre tal opção, veja-se ainda o Anexo E, p.XLII e seg.s). Nesta instância, opera-se uma triangulação de fontes, envolvendo a aplicação de um questionário, a execução de entrevistas, a análise de produtos naturalmente ocorrentes bem como de produtos virtuais, recolhidos e tratados alternadamente segundo um modelo de análise eminentemente qualitativo. Estes últimos processos bem como as preocupações e orientações que presidiram à sua escolha, construção e aplicação são enunciados em detalhe em local próprio (veja-se o Capítulo 7, p. 144 e seg.s e ainda os Anexos Metodológicos H a L, inclusive), permitindo subsequentemente, como conclusão, um retorno, a partir do confronto dos dados, à redigressão e reavaliação teóricas.

## **CONTRIBUIÇÃO PARA O CONHECIMENTO**

O presente trabalho almeja contribuir para a literatura existente sobre os média móveis locativos e a incorporação da localização na comunicação que eles permitem através de duas eminentes formas: teoricamente, através da adopção de uma perspectiva em que se cruzam com critério paradigmas e preocupações, estabelecendo pontes entre os diversos ramos da Sociologia e entre esta e as demais Ciências Sociais e empiricamente, através do caso crítico sobre o qual se debruça e das conclusões que os modelos analíticos aplicados, entrosando sistematicamente fontes e processos de recolha, permitem retirar das suas práticas e produtos, únicos e exemplares, admitindo uma exploração original dos dados e a obtenção de elementos que contrariam algumas asserções anteriormente tidas por evidentes.

Na primeira frente, ele distingue-se pela atenção prestada à diferenciação, sendo animado pela convicção de que, como todos os processos sociais, as trocas nas redes estão sujeitas a mecanismos assimétricos e a aproveitamentos por parte dos diversos protagonistas tendo em vistas formas de influência, persuasão e poder, tomando a peito as sugestões de Bourdieu (2001, p. 15) em como “só se pode passar para além da alternativa dos modelos energéticos que descrevem as relações sociais como relações de força e dos modelos cibernéticos que fazem delas relações de comunicação, na condição de se descreverem as leis de transformação que regem a transmutação das diferentes espécies de capital em capital simbólico e, em especial, o trabalho de dissimulação e de transfiguração (... de *eufemização*)

que garante uma verdadeira transubstanciação das relações de força fazendo ignorar-reconhecer a violência que elas encerram objectivamente” e de Castells (2009, p. 10) para quem, parafraseando Weber (1978), “o poder é a capacidade relacional que permite a um actor social influenciar assimetricamente as decisões de outros actores sociais de formas que favorecem a sua vontade, interesse e valores”.

Assim, através dos diversos níveis de escala, como linha unificadora, contra a visão dos estudos da tecnologia e da adopção da inovação em que o acesso à informação surge como elemento apaziguador e equalizador, defende-se complementarmente a **tese** de que o poder nas redes reside sobretudo na capacidade de através da comunicação condicionarem a atribuição de significado, apropriando-se os actores sociais selectivamente dessa possibilidade para se fazerem reconhecer. Que a meta da igualdade e do bem comum podem fazer parte das suas qualidades genéticas manifestas, mas que o que efectivamente impele a acção da generalidade dos actores nas redes sociotécnicas é a luta pela apropriação das suas meta capacidades latentes, mediante a elisão de fronteiras que promovem respectivamente entre meios e formas de comunicação, entre campos sociais e entre os domínios lúdico e profissional, tendo em vista seja, institucionalmente, naturalizar as relações de força, seja, individualmente, extrair o máximo de capital, mormente simbólico, de cada troca, corporizando uma vontade de individualidade e de diferenciação (Simmel, 1971).

Num tempo caracterizado pela *comunicação pessoal* (Campbell & Park, 2008; Gumpert & Cathcart, 1986; Katz & Lazarsfeld, 2006) ou *auto-comunicação de massas*, “auto-gerada em conteúdo, auto-dirigida na emissão e auto-seleccionada na recepção” (Castells, 2009, p. 70) e pela aproximação dos espaços e das práticas em função da convergência tecnológica (Papacharissi, 2010, pp. 51-78), entre meios pessoais, interpessoais e canais de distribuição dos média tradicionais (Walther, 1996), as práticas admitidas pelas tecnologias locativas têm simultaneamente implicações para os protagonistas institucionais, gizando aproveitamentos geopolíticos e geoestratégicas da informação geoespacial e para os protagonistas individuais, na condição de um *self em rede* (Cohen, 2012) para quem os espaços gerados nas plataformas assim convergentes, acentuando a confluência, a flexibilidade e a reflexividade do conteúdo mediático (Grewal, 2008; Jenkins, 2006; Staiger & Hake, 2009; Watson, 2009) e privatizando as audiências - isto é, dotando cada prosumidor da sua própria “audiência” ou “comunidade pessoal”, *apud* Rheingold (2012) -, aumentam potencialmente, mediante a variedade de canais de distribuição, ferramentas e formatos multimédia disponíveis, as possibilidades de expressão passíveis de produzir a identidade. Gerando um espaço simultaneamente divergente por uma pletora de lugares e convergente num contínuo de socialidade (Moore, 2003, 2007; Papacharissi, 2011, p. 306 e seg.s), “homogéneo, porém ao mesmo tempo repartido em fragmentos” (Lefebvre, 1991b, p. 342).

Em alternativa à veia pontilhista (Doel, 1999), geométrica e objectivista do espaço newtoniano como monolítico e absoluto (Casey, 1996, p. 14; Dodge & Kitchin, 2001, p. 21 e seg.s; Kümin & Osborne, 2013; Warf & Arias, 2009, p. 59 e seg.s), a sua moderna análise no quadro das ciências sociais não conhece alternativa que não directa ou indirectamente tributária da estirpe filosófica da fenomenologia – *cf.* Pickles (1985) -, como “análise da consciência e da sua intencionalidade” enquanto

princípios geradores e mediadores da “realidade” e das “diversas formas possíveis de uma coisa ser a ela trazida (percebida, pensada, recordada, simbolizada) ...” (Abbagnano, 1970, pp. 104-105), e do existencialismo fenomenológico (Moore, 2007; Shields, 1988, p. 29 e seg.s; 1991, 2006a), cuja conceptualização do “mundo vivido”, por seu turno, enquanto “consciência que o eu tem das suas próprias experiências” (Abbagnano, 2007, p. 438), assentam nos trabalhos de Edmund Husserl e do seu discípulo Martin Heidegger, com os quais alternativamente dialogam, entre outros, Ihde (1990) – explorador recente das formas como os artefactos tecnológicos enformam a nossa percepção da realidade -, Henri Lefebvre (Elden, 2004, p. 77; Gardiner, 2000; Simonsen, 2005) – mormente na sua conceptualização do “conhecimento da vida quotidiana” e do espaço como alvo de produção social e corpórea contínuas (Lefebvre, 1991a, p. 130 e seg.s) -, Anthony Giddens (Lash & Urry, 1994, p. 230; Urry, 1995, p. 15) – mormente na sua teoria do tempo-espaço -, Schutz (1967) e discípulos – proponentes de uma “sociologia fenomenológica” enfatizadora da forma como os indivíduos criam o mundo à sua volta (Abercrombie, Hill, & Turner, 2006, p. 9) -, Jürgen Habermas (1984) – que igualmente coopta o conceito de “mundo vivido” -, Paul Virilio (Armitage, 2012; James, 2007, p. 12 e seg.s) - assumindo como linha axial do seu pensamento um certo desencanto ludita face à relação entre a aceleração do desenvolvimento tecnológico e o entendimento experiencial do mundo e do espaço relativamente aos quais os sentidos e o “olhar situado” são centrais sendo as evoluções mais recentes do primeiro vistas como formas de endocolonialismo/colonização da vida interior e instrumentos parte de uma “política da percepção” - e nalgum grau, reactivamente, o próprio Bourdieu (Bourdieu, 1977, p. 3; 2000, pp. 146-147, 172-174; Throop & Murphy). Abstraindo alguns exercícios recentes em tentar conjugar por exemplo a dualidade da estrutura de Giddens com Lefebvre, como é o caso da proposta de Löw (2008).

O mesmo sucede no plano da análise seja da cultura seja da informação, em que Lash (2002, p. 161) sugere que a sociedade da informação global repousa numa cultura tecnológica definida pelo abandono do cânone representacional do estado-nação e pelo advento de uma ordem civilizacional multicultural na qual “o paradigma do *play* é central (..) e também a fenomenologia”, levando o julgamento a ser suplantado pela experiência, e o modo estético a suplantarem o cognitivo (Lash, 2001).

Diferentemente do ponto de vista cartesiano, o qual assume a separação entre o ser pensante/mente (*res cogitans* ou *ego cogito*) e a coisa corpórea/matéria (*res corporea* ou *res extensa*), privilegiando a extensão de um sobre o outro (Ihde, 1990, p. 36; Lefebvre, 1991b, p. 1; Marcuse, 1964, p. 112; Pickles, 1985, p. 159; Shields, 1988, p. 34), a aproximação fenomenológica reverte esse nexo presumindo a transcendência do objecto em função da intencionalidade da consciência, recusando as dualidades sujeito-objecto e corpo-mente como estratégia discursiva instrumentalizadora do domínio do homem sobre a natureza para admitir ao invés que “sujeito e objecto não são entidades estáveis mas simples palavras que atribuímos a duas modalidades da interacção humana – ser actor/actuar e ser alvo de acção/actuado” (Jackson, 2013, pp. 171-172) . Assim, para ela “o lugar é a localização material de uma pessoa estar-no-mundo. O centro da experiência e memória dentro das quais emergem formas de actividade cultural, cognitiva, gratificação normativa e ligação emocional” (Scott, 2011, p. 5) sendo o corpo o ponto focal a partir do qual as experiências subjectivas têm origem e o sentido de lugar de cada

um emerge (Merleau-Ponty, 1962).

O ângulo fenomenológico do *Spatial Turn*, tal como a Teoria dos Usos e Gratificações e a própria tese do *Apparatgeist* (abaixo, p.XIV) no tocante às razões para a adopção da tecnologia de comunicação mediada, são não obstante reconhecidos e criticados pela adopção de uma óptica subjectivista<sup>2</sup> que ao longo do presente trabalho se tenta temperar por um lado pela adopção de Lefebvre que arvora a sua dialética espacial precisamente como tentativa de superar entre outras tal dicotomia (cf. p. 20 e seg.s ) e por outro incorporando Bourdieu, cuja obra é animada por idêntica preocupação [cf., adiante, p.98 e seg.s e ainda Throop e Murphy (2002)] e no qual as práticas espaciais surgem através do *habitus* como estruturas culturais (Shields, 1991, p. 32 e seg.s). Autores passíveis de articular o comportamento dos sujeitos dentro da dinâmica alargada do universo social, da mesma forma que o modelo social da tecnologia de Thomas Hughes (cf. p. VI e seg.s) ou a tese das suas ordens de instrumentalização de Feenberg (1999), por exemplo, facilitam idêntica tarefa no que toca atingir um compromisso entre determinismo tecnológico e construtivismo social enquanto Foucault, por seu turno, estende o ângulo fenomenológico, introduzindo-lhe uma preocupação política ao demonstrar que o corpo é alvo de controlo discursivo através de sistemas periciais e institucionais, geradores de códigos através dos quais a própria construção da identidade é condicionada (Scott, 2006, p. 126).

Este estudo pretende assim diferenciar-se pela preocupação em tentar atingir um balanço, temperando as implicações nos diversos níveis de escala pela sistemática mobilização, triangulação e síntese dos paradigmas teóricos a que recorre. Ele investiga as relações entre localização, tecnologia da informação e performance da identidade e em especial como os indivíduos se associam aos lugares, sem porém tomar por adquiridos nem a sua agência nem a sua reflexividade, questionando-os e admitindo que o seu comportamento, sendo sempre uma combinação especial e única, constitui ainda assim uma selecção a partir de um menu de possibilidades, *affordances* técnicas, valores e normas (Blau, 1964) que lhes são propostos e que aceites ou recusados não se podem compreender sem um sentido de continuidade histórica e sem atender à organização social alargada. A identidade (cf. p. XIX e seg.s) tal como o espaço e os lugares, relativística e relacionalmente perspectivados, constituem um *puzzle*, ou talvez melhor definido, um *lego*, permitindo infinitas combinações, porém com peças e possibilidades de encaixe em larga medida de antemão dadas.

Se na idade dos média sociais os contextos colapsam e as práticas de auto-apresentação do *self* podem ser divididas em *performances* que decorrem em “situações” síncronas e “artefactos” que encontram o seu lugar em *exibições* assíncronas (Hogan, 2010) as quais, uma vez “publicadas”, adquirem carácter permanente como demonstrações de quem se é ou pretende ser ou parecer, então o geocaching oferece um rico manancial tanto quanto às primeiras quanto em relação aos segundos. Em particular, mais abundante e mais profundamente do que em qualquer outra plataforma locativa, ele

---

<sup>2</sup> Adopção do ponto de vista do sujeito, focado nos processos da sua constituição através da estruturação da experiência que permitem compreender a incorporação nele da tecnologia sem, porém, suficientemente atender à possibilidade do processo perceptivo ser ele próprio externamente condicionado, mormente através do desenho das ferramentas tecnológicas e da inculcação da sua aceitação, assumindo ora o *noema* (predicado atribuído a um objecto) como idiossincrático ora a intencionalidade e a escolha racional como normas (Bourdieu, 2000, p. 131 e seg.s; Dreyfus & Wrathall, 2006, p. 18 e seg.s; Ihde, 2012, p. 25 e seg.s; Ratner, 2008).

distingue-se por uma *práxis* em que situações e artefactos, performances e exhibições, expressão comunicativa e inscrição física, interacção virtual e encontro focado, consumo e produção de signos e lugares, mobilidade virtual e deslocação real, turismo imaginado, virtual e mediado (Jensen, 2010) coexistem não em paralelo mas por desenho de forma mutuamente implicada e alternada (O'Hara, 2008).

Assim, na segunda frente, o presente trabalho pretende distinguir-se e inovar pela eleição e originalidade de tratamento do jogo móvel locativo geocaching como objecto de estudo - veja-se ainda o capítulo 7, abaixo, p.144 e seg.s, e, para uma resenha de outras abordagens ao mesmo, ainda que animadas por distintas preocupações e enquadramentos o Anexo F, p.LVIII e seg.s - reconhecendo a tal exercício vantagens e especificidades, tais:

- Ao contrário das plataformas móveis locativas tipicamente alvo de estudo, como por exemplo o FourSquare ou o TripAdvisor, em que os utilizadores se deslocam mas os produtos gerados são puramente denotativos e imateriais, sendo os lugares que eles versam reais mas convencionais, emitindo-se uma opinião sobre eles tal como se apresentam e qualquer um os pode ver ou experimentar, o geocaching gera os seus próprios lugares dentro do espaço convencional através seja de narrativas ficcionais, seja de colações culturais espúrias, seja de artefactos (contentores, *trackables*, *badges*, *geocoins*...), tanto virtuais como físicos, ora ocultos em pontos euclidianamente situáveis ora em deslocação, sendo aos seus praticantes admitida a discricionariedade de co-produzir experiencialmente e com plena imersão corpórea o espaço do jogo, movimentando dentro dele as suas peças. O geocaching, em suma, fornece um caso exemplar de espaço *híbrido*, mesclando de forma sistemática, intensiva e inextirpável, interacção social, informação digital e práticas espaciais.
- Ao mesmo tempo, contando década e meia de existência, ele acompanha a tecnologia locativa arquétipa suportando a webgeoespacial, o GPS, desde o primeiro instante da sua disponibilização para uso civil, permitindo uma perspectiva diacrónica da evolução da sua adopção. Atingindo actualmente um estado de maturidade que o leva a ser praticado mundialmente por uma estimativa de mais de 5 milhões de indivíduos.
- No geocaching os indivíduos assumem, mais do que em qualquer outra plataforma, a condição dupla e simultânea de *prosumidores* (de Rosnay, 2006; Ritzer, 2010b; Ritzer & Jurgenson, 2012) activos. Ele aumenta os contextos materiais e possibilita formas de inscrição virtual sem se limitar à complacência ou ao consumo da informação. Os seus utilizadores criam e vivem experiências numa base colaborativa par-a-par, posicionando-se como *pós-turistas* (cf. E.1, abaixo, p. XLII e seg.s), num processo de *flirtação* com os típicos motivos de atracção através de uma espécie de situacionismo irónico dos locais, relativamente aos quais os seus praticantes se posicionam “por dentro” mesmo sendo de fora, permitindo perspectivar como os “novos média” permitem reafectar a relação entre localização e acesso à informação convertendo-a simultaneamente num factor intimista, passível de fortalecer o grupo, e num factor de distinção, instituindo o estatuto e a autoridade como funções da capacidade de gerir o acesso aos almejados bastidores dos lugares.
- Quando se discute a ludificação da vida social ele é um “jogo” de facto, exibindo e permitindo indagar sobre o rico espectro das suas características enquanto tal (Ben S. Bunting, 2014; Farman, 2009).
- Movimentando-se dentro do e elegendo em larga medida como seu espaço dilecto o espaço rural e natural, ele permite ir além da análise da relação entre a utilização da tecnologia e a experiência dos espaços urbanos a que quase exclusivamente os teóricos da área se circunscrevem, segundo a recente admissão implícita de quem propõe e tenta explorar as possibilidades adjacentes à aproximação das sociologias das comunicações móveis, das mobilidades e dos média locativos em como “os estudiosos das comunicações móveis focaram-se tradicionalmente nos telemóveis como dispositivos de comunicação interpessoal, ignorando frequentemente relações mais largas com a geografia” (Silva & Sheller, 2015, p. 3). Em que a informação digital locativa não só “está a fornecer novas formas de ver, experimentar e compreender a cidade” (Hardey, 2007) como, notavelmente, de escapar para fora dela, recuperando o potencial da natureza (Bell, 1978) e do pedestrianismo (Le Breton, 2000) como factores de reparação e contraponto à vida metropolitana.
- Permite compreender e perspectivar o “lugar dos locais”, dentro do fenómeno aparentemente contraditório da globalização, como pontos chave de encontro - de prática, conjugação e coexistência - em que se integram imersão corpórea, emoção, narrativa e memórias (pública e privada) na sugestão do *framework* proposto por Simonsen (2008); e como através da incorporação da tecnologia locativa se misturam ordens de virtualidade e de materialidade que admitem que a mobilidade e a generalização das redes de comunicação electrónica ao invés de ameaçarem a coesão social de facto sejam integradas



- como novéis fontes de capital social.
- Como campo social, estilo de vida e comunidade *secretiva* em movimento ele permite observar e cotejar historicamente a evolução dos mecanismos de exercício da diferenciação, do sentido do gosto e do valor atribuído à cultura, associando-os especificamente aos diversos tipos de mobilidade, ao consumo dos lugares (MacCannell, 1999; Urry, 1995), à incorporação da tecnologia e à abertura do lar ao exterior (Morley, 2006), levando-o a erguer-se do conforto da sala-de-estar para caminhar e conduzir ao seu encontro. Circunstância em que a prática emerge como forma de neotribalismo e de comunhão móvel Maffesoli (1996, 2006, 2014) em que no cadinho do jogo se recuperam configurações de socialidade, experiências e práticas rituais de liminaridade (Turner, 1969) tidas por marginais ou mesmo perdidas nas quais a proximidade se metamorfoseia e manifesta num peripatetismo de expressão festiva e intercalada, em que os indivíduos não só se expressam, interpelam e encontram em função dos locais como de facto se cruzam neles.
  - Final mas não exaustivamente, como actividade ostensivamente encenada e dissimulada, o geocaching permite ainda, entre outros, explorar a facticidade da sugestão de Lash (2001) quanto à importância crescente do “individualismo expressivo na vida quotidiana do capitalismo de consumo contemporâneo”, parte de uma economia de signos no espaço (Lash & Urry, 1994) em que, orientada pelas escolhas pessoais, na modernidade tardia, alegadamente, a reflexividade de um tipo estético, mimético e icónico assume ascendente sobre o tipo cognitivo da escolha racional. Tendência por seu turno passível de associação, através da sociologia crítica do desporto (Giulianotti, 2016) - conquanto forma informal deste - e das preocupações do marxismo espacial, à crítica do hipercapitalismo (Graham, 2000) em que o valor da expressividade é situado como pertencente à montagem/imagem do poder pós-industrial mascarando não obstante a sua base real; em que através da digitalização e dos meios tecnológicos se permite uma recompressão aparente do tempo e do espaço, engendrado através do consumo conceptual um remedeio (*spatial fix*, na acepção de David Harvey) passível de sustentar nem que seja temporariamente a perpétua necessidade de expansão e crescimento e em que acessória e coincidentemente, no “espaço dos média” (Couldry & McCarthy, 2004), tantos os de massas (Andrejevic, 2004) como as mais recentes as plataformas sociais, se institui uma “gaiola de vidro” que replica os valores hegemónicos da transparência, da competitividade e do livre-cambismo de informação e de ideias, à semelhança dos fluxos de capital, da organização económica alargada, contribuindo para a sua aceitação.

Se não for o Santo Graal o geocaching é ao menos o candidato óbvio e inexplicavelmente negligenciado na literatura da especialidade para quem queira investigar e entender como a introdução da localização impacta decisivamente os ambientes sociais contemporâneos e a comunicação em rede revertendo, na sugestão da téttrade das leis dos média de McLuhan (McLuhan & McLuhan, 1988), características anteriormente tidas por perdidas. Em particular no tocante à relação entre proximidade e comunidade (Ihamäki, 2015; Lochrie, Lund, & Coulton, 2010) e à assunção do valor da narrativa (McNely, 2015) e da partilha de estórias como fundamento da reciprocidade nas redes em que as diversas formas de capital se esgrimem e exponenciam menos de forma calculista do que serendipitiva e em que a emoção frequentemente se mostra mais eficaz do que pura acção calculista e racional, dando corpo à adesão a estilos de vida seja como expressões do gosto, na acepção de Bourdieu (1979), seja de reflexividade estética, consoante o traço sugerido por Lash (2001), como definidores da condição contemporânea.

As suas práticas permitem observar como a competitividade e as os valores da racionalidade económica do ambiente alargado se conjugam com elementos afectivos e pré-reflexivos gerando opções de escolha e formas de agir em que contrariamente a asserções influentes – tal Wittel (2001), para quem as formas de socialidade engendradas em rede não seriam *narracionais* mas *informacionais*, baseadas primariamente na troca de dados e na comunhão de objectivos mais do que na troca de experiências mútuas – se constata que efectivamente os “dados” trocados versam sobretudo o relato e a proposta de experiências.

Examinando como através do geocaching os participantes convertem a vida num jogo (Frith, 2013, 2015), alternando dos seus padrões de mobilidade de forma decisiva com base nas regras, recompensas e motivações fornecidas, prestando especial e inédita atenção ao papel dos artefactos na sua dupla condição material e imaterial, como forma de reclamar a qualidade dos lugares, como forma de alter-ego, como forma de competição etc... é possível demonstrar como o debate quanto à natureza do espaço e à clivagem entre as suas formas física e virtual está ultrapassado, permitindo defender a tese de que o temor suscitado pela tecnologia de comunicação quanto à perda do sentido do lugar era artificioso e de facto este sai reforçado mediante a apropriação da tecnologia para reinscrição da identidade, da posição e sentido de identificação individual com os lugares através de práticas de prosumo do espaço.

Em suma: indo de encontro à lacuna identificada por Sayer (2000, p. 106), em como “uma das peculiaridades da literatura sobre o espaço e a teoria social é a persistência de tentativas para escrever sobre esse tópico em abstracto em que as discussões parecem ser capazes de atingir pouco além de conceitos” este trabalho pretende ter escolhido um campo de experiência exemplar que justaposto à pura discussão conceptual, permite relê-la e torna-la mais clara à luz de efectivas práticas materiais e processuais.

## **ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO**

A dissertação reparte-se em doze capítulos, que se poderiam grosso modo dividir em duas partes, corporizando outras tantas ordens de preocupação.

Num primeiro momento estabelece-se uma fundação transversal, firmando os pés respectivamente na teoria social sobre o espaço (cap. 1), nos estudos da comunicação (cap. 2) e da adopção da inovação tecnológica (anexo A), buscando no confronto pistas para o enquadramento teórico bem como preocupações e possibilidades metodológicas no estudo das tecnologias da comunicação locativa móvel mediada. Empreendem-se, seguidamente, análises nos planos vocacionais macro, meso e micro, explorando respectivamente os temas da geovigilância e do aproveitamento geoestratégico da informação geoespacial (cap. 3), da morfologia das formas de associação em rede associadas à dimensão distância (cap. 4), do lugar que a cultura digital nelas ocupa (cap. 5) e da condição individual nos ambientes conectados (anexo B).

Tendo empreendido a discussão em género, num segundo instante, optamos por a afunilar e aprofundar revendo o aparato anteriormente destilado em função da aplicação de um conjunto de instrumentos de recolha aos utilizadores das tecnologias de localização e do jogo móvel locativo geocaching. Para tal, no cap. 6 introduzimos as particularidades do tema “jogo” para, tendo explicitado o modelo a que se chegou e as opções que se fizeram (cap. 7), nos cap.s 8 a 11 expormos e analisarmos os dados recolhidos, operando, num instante final, uma síntese e reavaliação das hipóteses e da teoria à luz das pistas obtidas no confronto empírico (cap. 12 e conclusão).

## Capítulo 1 - **DA NATUREZA SOCIAL DO ESPAÇO. DO ESPAÇO A QUE CHEGAMOS**

"O espaço fornece a substância que permite uma análise multidimensional da subjectividade. Uma que pode ser verdadeiramente material sem perder de vista a vitalidade da vida interior dos sujeitos, que pode incorporar a 'experiência' em categorias mais abrangentes como as relações económicas globais, mantendo ao mesmo tempo a flexibilidade e a fluidez para imaginar formas de transformar os sujeitos do futuro"  
Kirby (1996, p. 150)

"A emergência do 'spatial turn' nas ciências sociais tem o potencial de oferecer recursos analíticos materialistas, empiricamente fundados e teoricamente envolvidos que devem apelar aos sociólogos criticamente orientados com um interesse nas TIC na idade do capitalismo informacional."  
Burrows (2005, p. 464)

Pressentido como *o mundo lá fora* e aquilo que nos rodeia, o *espaço* constitui uma dimensão fundamental das nossas vidas e os *lugares* um referente omnipresente no sentido de quem somos, associados à memória das nossas experiências; dos locais onde crescemos, por onde passámos e onde vivemos experiências significativas, medrando em relação a eles dadas cargas afectivas... o local onde estudámos, onde passámos umas férias memoráveis, onde demos o primeiro beijo, vivemos a lua de mel ou mesmo aquela superfície comercial com que, por alguma razão, mais nos identificamos e onde preferimos fazer compras.

Os lugares integram espontaneamente a forma como nos comunicamos e apresentamos, não sendo infrequente que os invoquemos atribuindo-lhes responsabilidade determinante na definição do temperamento (como alentejanos, beirões ou ilhéus, pessoas da "cidade" ou do "campo" a que são atribuídas determinadas "mentalidades" ou "formas de ser")<sup>3</sup>. E mesmo no decurso de uma chamada telefónica não é incomum que a necessidade se faça sentir de que transmitamos onde nos encontramos, solicitando idêntica informação aos nossos interlocutores. "Estar" e "ser", localizar-se e existir afiguram-se indissociáveis, correspondendo nalgumas línguas ao mesmo verbo, estabelecendo uma relação implícita entre o "onde estás?" e o "como estás?"

A acção humana ocorre invariavelmente nalguma espécie de contexto. Em qualquer instante do dia é possível localizar a nossa presença. As nossas rotinas e a forma como nos comportamos processam-se entre espaços definidos e da mesma forma o modo como excepcionalmente as quebramos orienta-se pela busca de espaços dotados de qualidade particulares. Os "nossos" lugares, porém, podem não ser exclusivamente nossos, muitas vezes o seu significado é-nos dado e a sua "importância" alvo de aprendizagem, misturando os mais diversos motivos de efervescência colectiva: do clubismo à religião, do panteísmo ao valor do Sol; da "Catedral da Luz" ao "Santuário de Fátima", de um qualquer miradouro fornecendo um ponto de vista icónico à exposição nas praias do Algarve.

Alguns locais constituem motivo de regresso recorrente porque nos fazem sentir bem. Outros tendemos a evitá-los porque nos fazem sentir deslocados, como um peixe fora de água ou "fora do nosso

---

<sup>3</sup> Outrossim, como é sabido, no pensamento do social, Montesquieu (1758, Livro XIV) introduziu uma pouco credível mas influente tese relacionando geografia, clima, temperamento e regimes políticos, que subsiste como estereótipo, em que basicamente se associa as latitudes setentrionais ao frio e ao "rigor" e as meridionais ao calor e à "lassitude" em função do alegado efeito da temperatura sobre as "fibras" do corpo.

lugar”. O ser humano vive no espaço e tenta apropriá-lo, como motivo de conforto ou como alvo de repulsa. Concebe-se em relação a ele e à posição ocupada pelos outros seres humanos nele.

Falar da “natureza social” do espaço é por conseguinte reconhecer o seu carácter inerentemente convencional, relacional e mesmo relativístico (Harvey, 2006). Se Harold Innis (1950) estava certo e se a dados instantes civilizacionais tendem a corresponder dadas tecnologias de comunicação privilegiando formas específicas de experiência ora do espaço ora do tempo consoante as lógicas de poder vigentes, então, se queremos percebermos que diferença a tecnologia da comunicação ubíqua e em especial a locativa pode fazer na vida social contemporânea, marcada pelo informacionismo, parece claro, devemos começar por indagar sobre a natureza da sua noção de Espaço e, em particular, da importância atribuída ao movimento em relação a ele.

Desta feita, como fundação para a análise subsequente, debruçar-mos-emos sobre um par de pensadores germinais que, em passado recente, teorizaram a sua operação simultaneamente como instrumento de poder, alvo de vivências, mas também de produção, idealização e constrangimento: Henri Lefebvre e Michel Foucault. Figuras determinantes no *spatial turn* nas ciências sociais (Agnew & Duncan, 1989; Graham, 1998; Kümin & Osborne, 2013; Löw, 2013; Thielmann, 2010; Turner, Turner, & Davenport, 2009; Warf & Arias, 2009), seja, o renovado interesse pelo pensamento das relações sócio-espaciais, originalmente protagonizado pela Geografia Humana e subsequentemente transmitido seja à Sociologia seja aos Estudos da Comunicação.

## 1.1 LEFEBVRE. QUOTIDIANO E PRODUÇÃO DO ESPAÇO

Henri Lefebvre, a um tempo professor de Sociologia, notavelmente nas universidades de Estrasburgo e Paris-Nanterre, filósofo e militante comunista é um pensador insigne e, no entanto, pouco invocado em matéria de estudos de média<sup>4</sup>. Falecido em 1991, com noventa anos de idade, não foi certamente personalidade que tenha incorporado ou vivido de perto as revoluções da microelectrónica, do advento das comunicações móveis sem fios e da massificação da Internet. Porém, numa observação atenta, o seu trabalho é particularmente acutilante e actual<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Para uma articulação do pensamento de Lefebvre dentro da história e debates do marxismo francês ao longo do século XX, veja-se o capítulo 6 do brilhante volume de Gregory (1994, p. 354 e seg.s). Porventura a sua síntese mais clara.

<sup>5</sup> Para uma apreciação da “redescoberta” do pensamento de Lefebvre nos últimos anos veja-se em particular Merrifield (2006, p. 99 e seg.s) onde se empreende um exercício de análise da tradução e disseminação da sua obra ao longo dos anos nos cinco continentes, salientando o facto de que *A Produção do Espaço*, o volume que mais impacto tem tido, constitui de facto a sua 53ª obra a ser publicada e uma fracção de um pensamento muito mais extenso que à data da sua primeira edição francesa, em 1974, não terá recebido a atenção devida em parte em função da coincidência com o pico da influência do marxismo estrutural de Althusser, cuja crítica ao humanismo e hegelianismo deslocados de Lefebvre - a seu ver aceitando inadequadamente a “ficção burguesa” da unidade e suposta liberdade do sujeito humano como legitimadora do contrato social (Câmara, 1993) - enformou à altura o trabalho de Manuel Castells - que tinha tido Lefebvre como professor - recriminando-lhe este por seu turno a excessiva priorização do espaço. Crítica a quem é atribuída especial responsabilidade no seu esquecimento subsequente - concorrendo no mesmo sentido vejam-se Elden (2004, pp. 141 e seg.s, 193) e Shields (1999, p. 149). Na verdade, a apreciação de Castells para quem a fetichização do espaço era acintosa para com o materialismo histórico, privilegiando-o ao invés o tempo e a história, na medida em que na sua “Questão Urbana” (Castells, 1977) e no seu universo espacial o catalão entendia que embora a cidade fosse efectivamente um contentor das relações sociais e de classe, estas porém tinham primazia sobre um espaço que aos seus olhos surgia

Entre o prolífero pensamento de Lefebvre três aspectos particularmente nos interessam: a sua **história do espaço**, em que alterna diferentes representações espaciais, vigentes em dados contextos civilizacionais, com diferentes modos de produção, útil sobretudo pela caracterização que faz do espaço moderno como abstracto e contraditório; as suas **trilogias-tipo**, mútuas e dialecticamente constitutivas do espaço como produto social, alternadamente ora como prática experiencial (espacial e física, domínio da rotina, da produção material e da percepção eminentemente individual), como algo de representativo ou representacional (o espaço da vivência social, imbuído de significados e imaginação, domínio da produção de significado) e como alvo de representação (domínio da concepção mental, do planeamento, dos mapas, planos e concepções académicas orientados para a produção de conhecimento), passíveis de revisão e aplicação ao ciberespaço e às tecnologias de localização; finalmente, imbricada nas anteriores, a sua **conceptualização da vida quotidiana**, em que enfatiza as relações de poder a que esta está sujeita e a conexão que ela tem com as concepções espaciais.

Se Bourdieu vê o quotidiano como enformado pela violência simbólica e pela reprodução dos interesses dominantes através dos padrões culturais e o *habitus* a um tempo como estrutura estruturante e estruturada (cf. abaixo, p.99), Lefebvre vê-o enformado como uma luta pela produção do espaço, como condicionante dos “ritmos” da sua habitabilidade. Para ele o espaço tende a reproduzir as relações sociais de produção e constitui um instrumento de domínio e de legitimação. Tal não constitui, porém, uma “fatalidade” e o autor admite margem para a sua apropriação criativa e diferencial.

Para que melhor se compreenda esta discussão e torne possível a sua posterior mobilização para a nossa temática específica, torna-se assim conveniente uma breve síntese da porção do pensamento de Lefebvre que particularmente nos interessa. É esta que empreendemos de seguida.

### 1.1.1 CONCEPÇÕES HISTÓRICAS DE ESPAÇO E MODOS DE PRODUÇÃO

Para Lefebvre o espaço é o cenário onde se desenrola um processo social e histórico contínuo, envolvendo o conflito e a luta quanto ao seu significados e valores; um em que os diferentes modos de produção produzem o seu próprio espaço (Zieleniec, 2007, p. 61). Assim, ao invés de o posicionar em termos marxistas na superestrutura, ele desloca-o para o campo das forças de produção, da divisão do trabalho e das suas relações com a propriedade, admitindo que a “produção” não se limita ao universo industrial do confeito dos produtos, estendendo-se igualmente ao labor no campo das ideias, incluindo a produção da sociedade, do conhecimento e das instituições (Elden, 2004, pp. 184-185).

---

em Lefebvre como reificado e determinante, é porventura injusta e algo apressada. Injusta por Lefebvre ancora firmemente a sua análise em Marx – cf. Gregory (1994, p. 360 e seg.s) e Elden (2004, p. 186) - e o seu esforço é um esforço de estender o seu pensamento num plano subdesenvolvido mas ainda assim presente na sua obra, uma leitura apressada porque, consoante subsequentemente expandido por Harvey, Jameson, Massey e Soja, em particular, a sua asserção do espaço como produto social revela-se útil para compreender as frequentes sugestões do seu “encolhimento” como função da sua qualidade enquanto produto e constructo; fruto da sua manipulação e sucessiva reconstrução como espaço concebido. No fundo, o contributo de Lefebvre reside precisamente em ter gizado uma teoria do espaço que é o oposto do que Castells sugeriu: ao contrário das concepções cartesianas e kantiana de que se distancia, do espaço como absoluto e apriorístico, o espaço em Lefebvre é determinante e determinado; ele não existe por si próprio senão como construção, precisando de ser pensado por uma teoria que simultaneamente englobe a sua dimensão fenomenológica e semiótica (Goonewardena, Kipfer, Milgrom, *et al.*, 2008, p. 29).

“As forças produtivas permitem aos que delas dispõem exercer um controlo sobre o espaço e mesmo produzi-lo. Esta capacidade produtiva estende-se ao conjunto do espaço terrestre e para além dele. O espaço natural é destruído e transformado num produto social pelo conjunto das técnicas, particularmente pela física e pela ciência da informação” (Lefebvre, 1970, p. 81, sublinhado nosso).

A tecnologia, na sua asserção ampla, desempenha assim desde sempre um papel central e mediador na produção do espaço. A ideia de que o espaço perdeu relevância pela sua compreensão através da instantaneidade das comunicações em rede deve ser entendida como uma asserção relativa. Trata-se de algo que releva das condições históricas e do modo de produção particularmente vigentes. Cada modo de produção produz “o seu espaço” ou melhor a cada modo de produção corresponde uma percepção distintiva do espaço que tem de ser decodificada.

“O espaço corresponde a uma simultaneidade, à ordem sincrónica da realidade social; o tempo, por seu turno, denota a ordem diacrónica e o processo histórico da produção social” (Goonewardena, Kipfer, Milgrom, *et al.*, 2008, p. 29). Assim, Lefebvre espacializa a história, historiciza o espaço e espacializa a sociologia simultaneamente. O “espaço” a que chegámos é fruto dos processos de produção social que o determinaram.

Não obstante, a sua história do espaço, em que procede a uma análise retrospectiva que enquadra o passado aplicando-lhe as categorias do presente, tipificando um conjunto de épocas históricas e respectivas concepções espaciais, de forma estereotipada e eminentemente eurocêntrica, não é porventura o aspecto mais brilhante do seu pensamento (Shields, 1999, p. 170). Nela, como se verá, interessa sobretudo as conclusões a que chega e a caracterização que faz dos espaços modernos como abstractizantes e contraditórios, o demais constitui um enquadramento cujos marcadores temporais são dúbios e as fronteiras – por exemplo entre o espaço sagrado e o espaço histórico – nem sempre transparentes.

Assim, em primeiro lugar Lefebvre distingue o **Espaço Absoluto** da natureza, correspondente aos tempos pré-civilizacionais em que a acção humana estava ausente ou era negligenciável pela inexistência de suporte tecnológico que permitisse um impacto substancial. Nas sociedades arcaicas, semi-nomádicas o espaço natural era experimentado organicamente, de forma directa e imediata (Lefebvre, 1991b, p. 229 e seg.s).

Sucedeu-lhe um **Espaço Sagrado**, correspondente ao advento das primeiras cidades-estado no Médio Oriente, alguns milénios antes de Cristo, de que a Mesopotâmia e o Egipto constituem exemplos notáveis. Trata-se de um espaço construído em que através de projectos monumentais, como as pirâmides, as dimensões sagrada e política se confundem na celebração do corpo do monarca defunto e em que o espaço primitivo das sociedades nómadas é convertido na forma de complexos monumentais celebrando o déspota dominante como investido do poder divino. Representam uma primeira forma de transcender o espaço natural, impondo-lhe um espaço social.

Adveio depois o **Espaço Histórico** das cidades-estado gregas e do império romano, caracterizados por uma diferenciação crescente das funções sociais e da divisão do trabalho e pelo advento do direito, em que as urbes conjugavam a utilidade prática e o valor simbólico, manifestos nas

suas acrópoles e nos seus fóruns, mas também nos seus anfiteatros, hipódromos e coliseus, como sítios de celebração ritual. O poder divino do imperador continua aí a marcar presença, mas é progressivamente substituído, com o advento do cristianismo, numa tendência que se prolongou pela Idade Média, por uma emulação da relação entre poder temporal e poder espiritual na arquitectura religiosa e nos templos católicos em particular, cujos claustros se erguiam altos, para Deus. O renascimento acresce esta progressiva abstractização do espaço, enfatizando as formas geométricas, a harmonia e a cultura do monumental como produtos do poder do estado.

Com o advento do capitalismo este **Espaço** crescentemente **Abstracto** conhece o seu cúmulo, constituindo disso entre nós prelúdio a acção reconstitutiva da baixa pombalina, na sequência do terramoto de 1755. Nas cidades capitalistas o ordenamento do espaço sujeita-se sobretudo à lógica da propriedade e à sua repartição em lotes e quarteirões obedecendo a uma gestão racional. Ao mesmo tempo a cidade deixa de ser a forma social central, passando estar integrada numa rede global, constituída pelas diversas metrópoles e as suas colónias que, contrariamente à antiguidade, não se limitavam à escala do berço mediterrânico, mas atingiram dimensão planetária.

O espaço abstracto é marcado por uma lógica visual eminentemente urbana, apreendida pela deambulação num espaço público, alvo de crescente planificação, estendida estrategicamente ao espaço-mundo na forma de considerações geopolíticas e geoestratégicas – pense-se por exemplo no caso do Poder marítimo britânico e na forma como esta potência se apoderou de pontos passíveis de constituir bases, como por exemplo no caso ainda candente de Gibraltar.

É o espaço do mito da propriedade privada, correspondente ao provérbio inglês “a man’s house is his castle”, espaço homogéneo, cartesiano, lógico, tecnocrático, alvo de cálculo e alienado da natureza; feito de avenidas rectas ao invés das aglomerações tortuosas e espontâneas da Lisboa medieval.

O espaço abstracto das sociedades capitalistas, orientadas para a produção e acumulação de riqueza através da produção em massa, define-se assim pela deslocação da ênfase da qualidade para a quantidade (nos bairros operários, desde logo, o essencial é poder acomodar um máximo com um mínimo dispêndio) e a mensurabilidade; pela compartimentação da vida social com a separação entre os espaços de consumo, de lazer e de habitação em bairros próprios; pelo contraste entre a prática e existência locais e os espaços globais do capitalismo multinacional; e pelo contraste entre o valor de uso e de troca da terra não como algo de perene e hereditário, como no sistema feudal, mas como propriedade passível de transacção.

Por conseguinte, como corolário da evolução histórica, o espaço abstracto e fragmentado do capitalismo tornou-se num **Espaço Contraditório**. Entre outros num espaço segregado entre as “zonas residenciais nobres” e os “bairros populares”, entre o “centro histórico” e a “periferia” das zonas dormitórios, entre o Restelo e a Lapa e a Mouraria e Alfama, entre a “Baixa” e as “Avenidas Novas” e o Cacém e Massamá, o espaço convertido num instrumento reprodutor das relações de produção.

Mais especificamente, tendo-se passado do espaço natural absoluto ao espaço abstracto, podemos ainda perceber o advento das tecnologias da comunicação no seio da contemporânea

formação capitalista tardia como um refinamento deste último, mantendo e amplificando as suas contradições (Shields, 1999, p. 180). Designadamente, no espaço da sociedade organizada em rede o tema da exclusão persiste, mimetizando no tema da acessibilidade; a tensão entre o global e o local sai reforçada, mimetizado na temática dos fluxos que não respeitam fronteiras versus o enraizamento da identidade individual; a contradição entre os valores de uso e troca torna-se mais evidente, mimetizada na forma da economia dos bens e transacções virtuais e no tema do consumo conceptual; e finalmente – para o que particularmente nos interessa - a tensão entre quantidade e qualidade compele ao desenvolvimento de formas compensatórias em que através das práticas de lazer se pretende recuperar algo da segunda e em que o “jogo”, como domínio do desejo e da diversão, representa um escape, instituindo práticas e espaços “libidinais” epidérmicos de “inversão carnavalesca” da ordem social e formas extremas de emoção, como certos desportos radicais, contra a organização racional e tecnoburocrática do moderno estado demo-liberal.

“O espaço abstracto é uma ferramenta de poder” (Ritzer & Goodman, 2004, p. 297), de onde a “luta” entre plataformas de redes sociais (leia-se, pelo respectivo “mercado”/volume de utilizadores) é igualmente a luta pelo controlo da web enquanto espaço abstracto e instrumento de condicionamento. A elite dominante dos gestores, na formulação de Castells, usa-a como ferramenta para ganhar controlo sobre espaços crescentemente mais alargados (com implicações práticas por exemplo no próprio comércio em linha, *e.g.* o caso dos livros escolares adquiridos na Internet *versus* o seu comércio nas pequenas livrarias). Na boa dialéctica marxista, o espaço abstracto gera uma contradição porque embora ele seja tendencialmente uma ferramenta de homogeneização gera paradoxalmente desigualdades (veja-se o exemplo das práticas de geobloqueio, abaixo, p.63 ).

Lefebvre, porém, abre uma janela de esperança ao resistir à ideia de que os espaços de representação são apenas efeitos ideológicos ou reflexos das estruturas que lhes subjazem. Ele admite que o espaço da vivência social, o espaço “vivido”, encerra sempre a possibilidade de uma apropriação criativa. E de uma forma geral, embora Lefebvre ele próprio reconheça a importância do tema e admita explicitamente ao seu tempo que não tem conhecimento suficiente para se debruçar sobre o espaço formado pela informação electrónica (Lefebvre, 1991b, p. 86) podemos dizer que aquilo que hoje se sabe sobre a adopção da inovação tecnológica concorre com ele. Não é infrequente que a obra escape ao criador e que as tecnologias da comunicação sejam apropriadas para usos inesperados e para a edificação de um **Espaço Diferencial**.

### 1.1.2 TRIALÉTICA DO ESPAÇO E VIDA QUOTIDIANA

Em Lefebvre não há autonomia nas dimensões do espaço, elas implicam-se/constituem-se mutuamente de forma dialéctica, implicando “a *tese* de que o espaço é uma coisa material (definido, analisado e quantificado de acordo com a sua fixidez, isto é a sua localização geográfica definida pelas coordenadas cartesianas que permitem localizar os objectos no espaço), a *antítese* de que o espaço é um processo envolvendo as relações sociais entre as pessoas entre si e entre elas e as coisas no espaço e a *síntese* de que o espaço capitalista é produzido; é um objecto, uma coisa, enquanto simultaneamente



permanece um processo, um meio, um instrumento através do qual e no qual, as relações sociais, e por conseguinte a mudança, pode ocorrer” (Zieleniec, 2007, pp. 68-69).

Para perceber a sua concepção “dialéctica”<sup>6</sup> (que embora proceda segundo um método “dialéctico” não se esgota nele pois o objectivo é menos chegar a uma “síntese” do que demonstrar a necessidade de progredir para além dos binómios) da espacialidade é necessário ter presente que ela é adiantada como crítica e tentativa de superação das grandes dualidades que o autor identifica como norteando e limitando o pensamento espacial ao longo do tempo: **idealismo** e **subjectivismo** *versus* **materialismo** e **objectivismo**.

O primeiro paradigma conduz à “ilusão da transparência” (Lefebvre, 1991b, p. 27) e à ideia do espaço como “luminoso, inteligível, permitindo o exercício da razão”, prestando-se ao pensamento e à presunção da existência de uma coincidência entre o espaço físico e o espaço mental. Um espaço veicular, alvo de *design* e de planeamento como mediadores entre a invenção (actividade mental) e a realização (actividade social), “de mãos dadas com a visão do espaço como inocente, livre de armadilhas e lugares secretos”. Um espaço que se conhece pela consciência de que é espelho e em que “tudo, incluindo o conhecimento do espaço é condensado em representações e re-representações do mundo real ao ponto destas o substituírem” (Soja, 1996, p. 63); em que o que existe é o que pode ser comunicado e é nessa comunicação que se conhece através das formas discursivas<sup>7</sup>.

No extremo oposto, o segundo conduz à “ilusão realística” (Lefebvre, 1991b, p. 29) ou “da opacidade”, ao empirismo e ao materialismo, enfatizando a natureza mecânica e objectiva das “coisas” sobre os “pensamentos”, impassíveis de ser mensurados e palpados e, por conseguinte, de ser conhecidos.

Entre uma coisa e outra e para além de uma coisa e outra Lefebvre propõe assim uma “tríade” cuja novidade consiste em, a par dos campos da experiência mental (o espaço *concebido*, alvo de

---

<sup>6</sup> Mais rigorosamente a sua “dialéctica da triplicidade” em que a síntese do espaço como totalidade social (processo de espacialização) é derivada de uma dupla negação levada a cabo mediante a contradição dialéctica “entre a percepção/prática quotidiana *versus* a teoria/conceitos espaciais” (primeira negação) “relativizados por um momento inteiramente alheio, transcendente: o espaço plenamente vivido, criativo” (negação da negação) que nasce do confronto do *outro*. Cf. Shields (1999, p. 120).

<sup>7</sup> Lida através da moldura da sua história do espaço, tal concepção não seria apenas um equívoco cognitivo mas algo de estruturalmente condicionado, permitindo à formação social capitalista tardia, através da conflagração entre aparência e realidade, dissimular as relações de produção que a sustentam, apresentando-as como “auto-evidentes” (Brenner & Elden, 2009). A “cultura da virtualidade real”, na acepção de Castells, ecoa assim a formulação da “abstracção real” em Marx - adoptada por Lefebvre, mas também por Habermas (1984, pp. 332, Vol. II) - e seria mais do mesmo: forma derradeira da ilusão da transparência e da possibilidade de colonizar as práticas espaciais que impregnam o quotidiano. “Um sistema em que a realidade ela própria (isto é, a existência material/simbólica das pessoas) é inteiramente capturada, plenamente imersa no enquadramento de uma imagem virtual, no mundo do faz-de-conta, no qual as aparências não estão apenas no ecrã através dos quais a experiência é comunicada, mas se convertem na experiência” (Castells, 2010, p. 404) e em que “o poder é multiplicado através da materialização electrónica de hábitos transmitidos espiritualmente: pregadores electrónicos e redes de fundamentalismo interactivo constituem uma forma mais eficiente, mais penetrante, de endoutrinação nas nossas sociedades do que a transmissão face-a-face de uma autoridade carismática, distante” (idem, p. 406). No plano económico, tal permitiria igualmente manter o sistema a crescer, facilitando a manipulação do valor de uso e a ofuscação do valor de troca; *comodificando* a própria capacidade humana de comunicar (Virno, 2004, p. 61) e implantando necessidades pela satisfação das quais se faz cobrar um preço; cooptando para dentro do espectáculo e convertendo, mediante a sugestão do *personal branding*, implícita no “individualismo em rede”, cada indivíduo numa correia de transmissão do maquinismo do mercado.

representações em abstracto) e física (o espaço *percebido*, alvo de práticas que o concretizam materialmente), introduzir e enfatizar um terceiro elemento: o campo da experiência social (o espaço *vivido*, experimentado e recodificado por aqueles que o ocupam e usam), sugerindo que é nele que os anteriores se encontram, articulam e devem ser entre si pensados numa relação de recursividade<sup>8</sup>.

Assim, todas as formas de experiência do espaço, mesmo as eminentemente ora “mentais” ora “materiais” são inerentemente “sociais” (e devem ser consideradas como incorporando elementos de realidade e imaginação, de concreto e de abstracto, de material e de metafórico) pelo que, enfatizar os “espaços representacionais” como correspondentes ao campo da experiência social do espaço é apenas uma estratégia para enfatizar a carência de alternativas aos dualismos materialismo-objectivo e idealismo-subjectivo. Para esse efeito a ideia do autor não é edificar uma “Santíssima Trindade”, nada obstante a que outras dimensões de análise possam ser abertas e acrescentadas.

Tentando facilitar a visualização do seu esquema de pensamento, poder-se-ia chegar a algo como (veja-se ainda a Figura 1.1):

- Espaço (a)percebido -> experiência física -> práticas espaciais -> produção material
- Espaço concebido -> experiência mental -> representações do espaço -> produção de conhecimento
- Espaço vivido -> experiência social -> espaços de representação ou representacionais -> produção de significado

O “espaço social” é perspectivado por Lefebvre um pouco à semelhança do que McLuhan (1994, p. 24) postula sobre os Média como sendo alternativamente “quentes” ou “frios” (numa escolha contra-intuitiva de adjetivos, cuja conotação surge invertida), consoante sejam mais ou menos envolventes e deixem menos ou mais margem a preencher pela imaginação e pela participação do espectador, respectivamente<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> No processo, Harvey (2006, pp. 278-279) imputa ao francês ter-se “quase certamente” inspirado em Cassirer (1962, p. 62 e seg.s), com cujas categorias ele próprio expressa simpatia. Assim, o alemão, tinha anteriormente repartido as formas de experiência espacial humana em três níveis, de complexidade crescente - “**orgânica**” (biologicamente determinada e registada através dos sentidos), “**perceptual**” (relativa à incorporação da primeira no domínio do pensamento) e “**abstracta**” ou “**simbólica**” (relativa à conceptualização puramente intelectual do espaço, como marca “elevada” e capacidade distintiva do género humano; a possibilidade de abstrair e lograr conhecimento além dos sentidos, de estabelecer relações e modelos em que “a verdade das coisas” é menos importante do que “a verdade das proposições ou dos julgamentos” e em que o espaço é experimentado através de representações e da atribuição de significados gizados além da dimensão puramente material). Esta repartição hierárquica, de reconhecida marca neo-kantiana (Ritzer, 2005b, p. 529), opondo implicitamente o físico ao mental, dando primazia ao segundo e estabelecendo como estrato intermédio o perceptual é explicitamente renunciada pela dialéctica de Lefebvre que prefere deslocar a percepção para o domínio do físico colocando ao invés como elemento de síntese entre ambos o espaço enquanto forma de vivência. Revelando-se mais pragmático e porventura menos ambicioso, Harvey acolhe Lefebvre mas recupera Cassirer ao propor que os modos de experiência do primeiro devem ser cruzados com as concepções históricas e inclusive académicas quanto à natureza do espaço [efectivamente enfatizando o plano mental, invocando para tal o *habitus* de Bourdieu que no seu entender demonstra *ultima ratio* o ascendente dos “constrangimentos do imaginado sobre o experimentado” (Harvey, 1989, p. 219)] que do seu ponto de vista são três: espaço absoluto, espaço relativo e espaço relacional (Harvey, 2009, p. 13), admitindo que os três não se sucedem mas coexistem simultaneamente, assumindo primazia dependendo das circunstâncias históricas e que “o problema da própria conceptualização do espaço é resolvido através da prática humana em relação a ele”. Noutras palavras, que “não há respostas para as questões filosóficas que emergem quanto à natureza do espaço” e que a questão sobre o que é o espaço deve dar lugar à inquirição sobre como de que forma “as diferentes práticas humanas criam e fazem uso das diferentes conceptualizações do espaço” (idem).

<sup>9</sup> Tendo Lefebvre presente, Lash (2001, pp. 171-172; 2002, p. 114 e seg.s), por seu turno, formula análoga distinção no quadro da análise da indústria cultural na modernidade reflexiva, salientando que com o império do audiovisual esta se tornou crescentemente icónica, mimética e paradoxalmente menos “mediada” (pelo sujeito), levando a formas de reflexão mais estéticas e menos cognitivas em que o funcionamento por analogia prima sobre

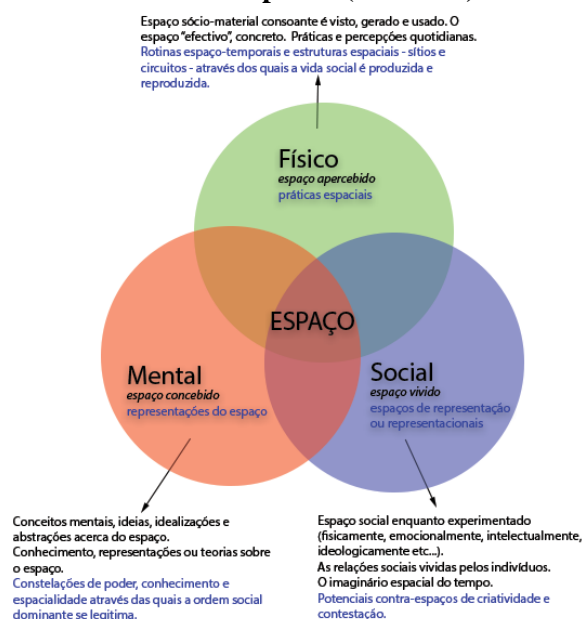
Assim, o espaço mental é reprovado por Lefebvre por ser abstracto, “frio” e impessoal, por ser o espaço central da planificação, da administração e da academia. O espaço social em contrapartida é um espaço potencialmente “quente” e envolvente, o espaço vivido e periférico do corpo individual deslocando-se em contacto com o ambiente social; o espaço da imaginação e da paixão (Soja, 1996, p. 30).

Na concepção dialética de Lefebvre quanto à produção social do espaço assume-se, por conseguinte, a necessidade de um enfoque analítico simultaneamente na discursividade, materialidade e socialidade da espacialidade da vida social; na prática processual (concebida, apercebida e vivida) através da qual os agentes sociais apropriam e atribuem significado aos lugares.

“Na *prática espacial*, a reprodução das relações sociais predomina. A *representação do espaço* é subserviente simultaneamente ao conhecimento e ao poder, deixando apenas uma pequena margem de manobra para os *espaços de representação*, que estão limitados a trabalhos, imagens e memórias cujo conteúdo (...) está tão deslocado que marginalmente logra conseguir força simbólica.” (Lefebvre, 1991b, p. 50).

No projecto do autor, com paralelos com o situacionismo de Debord - *cf.*, abaixo, nota 264, p.LX e ainda Merrifield (2006, p. 30 e seg.s)-, de quem foi professor, e subsequente impacto, entre outros, sobre a conceptualização dos “Espaços de Esperança” por Harvey (2000), torna-se assim necessário delinear estratégias que permitam reclamar “O Direito à Cidade” (Lefebvre, 2011) e suplantam os processos de infiltração e sobreposição do espaço abstracto [mormente a *comodificação* e a burocratização, via a acção da economia e do estado, respectivamente - *cf.* Gregory (1994, p. 401)] sobre o espaço concreto do quotidiano e na experiência da subjectividade nele, edificando, mormente no plano da vivência, um **Espaço Diferencial**, que particularize e humanize; que reforce a condição individual perante o *a priori* institucional<sup>10</sup>, não negando ou superando as contradições do espaço dito “neocapitalista” (mormente entre quantidade e qualidade, autonomia e heteronomia e entre os níveis global e local da sua experiência), mas antes enfatizando-as; diminuindo a alienação da consciência e

**Figura 1.1 - Dialética espacial (Lefebvre)**



Adaptado de Pugalis (2009) e Gregory (1994, p. 403).

a convencionalidade do signo linguístico.

<sup>10</sup> Óptica passível de ser igualmente complementada com o trabalho de Certeau (1984) que distingue por seu turno **estratégias** e **táticas** da vida quotidiana, fazendo equivaler as primeiras aos actores institucionais (produtores do espaço, na formulação de Lefebvre) e as segundas às formas de resistência que instintivamente os indivíduos perseguem no quotidiano (dos seus espaços de vivência) para se manterem autónomos.

(significativamente para o estudo dos jogos móveis locativos) reforçando por exemplo a “ética de aventura” e - consistentemente com a perspectivação dos seus rituais como forma de anti-estrutura em Turner (1969) - as práticas liminóide, nas quais - por seu turno consistentemente com Huizinga (*cf.* abaixo, p. 131 e seg.s) - os excessos “festivos” próprios do universo do jogo/*play* constituíram contra-espacos de apropriação passíveis de retroagir sobre a espectacularização formal.

Quadro em que a genuína ludicidade e o movimento descomprometido (o “jogo puro” e desinteressado, na acepção de Huizinga), poderiam constituir o fermento de uma nova espacialização, contrariando a dormência e a inautenticidade da “tecnocracia da relaxação” que imputa à contemporânea “sociedade burocrática do consumo controlado”, entre outros mediante a mercantilização e a rotinização do lazer - neste caso em linha com Adorno (1991) - vendo, especificamente, na *cibernetização*, “exclusivamente preocupada com a regulação de sistemas isolados através de formas de monitorização e controlo da informação” (Gardiner, 2000, p. 89), um instrumento mediante o qual tais técnicas e artefactos, desprovidos de bússola normativa, se converteriam em fins e em valores por si próprios e “o lazer deixaria de ser um festival, a recompensa do trabalho, não sendo ainda uma actividade livremente escolhida, mas uma generalizada *exibição*”(Lefebvre, 1971, p. 54), que o autor via exemplificada nos ecrãs do cinema e da televisão e hoje, porventura, subsiste, mais do que nunca, nos de *smartphones* e *tablets*.

Assim, à semelhança de outros autores, por exemplo Habermas, Lefebvre glosa Simmel, manifestado preocupação com a colonização da subjectividade (vida interior dos sujeitos) pela imposição externa da cultura objectiva. Distintamente, porém, articula-o em termos explicitamente espaciais atribuindo ao mesmo tempo ao domínio do lúdico uma importância crítica, em que tanto consubstancia como pode ser instrumento libertador de tal dinâmica. Nessa medida é uma referência incontornável para quem hoje pretenda estudar o jogo móvel locativo

### **1.1.3 SOMA E SUBSTÂNCIA. MOBILIZANDO LEFEBVRE PARA COMPREENDER OS ESPAÇOS VIRTUAIS DE COMUNICAÇÃO**

Ao considerar o espaço como produto social, Lefebvre ajuda-nos a superar a dicotomia físico-virtual salientando que ambos têm em comum idênticos processos pelos quais podem ser entendidos e articulados, em continuidade.

No mundo da comunicação contemporânea, incorporando crescentemente as plataformas em rede, o universo material (espaço físico) é mediado pelo espaço simbólico tanto no plano das representações do espaço (concepções) como no dos espaços de representação (vivências). As suas práticas expandem sobretudo as técnicas das primeiras (o discurso e a possibilidade do seu ordenamento) e a confecção de espaços representacionais que com a introdução da localização impactam hoje mais directamente as práticas materiais, permitindo que a mediação seja tendencialmente apropriada enquanto instrumento de domínio por aqueles que controlam os seus veículos.

Tivesse vivido para assistir à generalização do uso da Internet e das tecnologias de comunicação e localização, Lefebvre provavelmente diria que estes constituem o corolário lógico da abstracção do

espaço empreendida pelo capitalismo. No que Harvey concorrerá identificando-as como uma solução, um *spatial fix*<sup>11</sup>, ou rearranjo espacial, para as suas permanentes contradições e crises cíclicas de sobre acumulação.

A “economia digital” é suportada por uma nova lógica de espaço: o espaço virtual, cibernético e (um mercado) virtualmente ilimitado.

A relevância de Henri Lefebvre para o nosso trabalho reside assim no facto de na sua obra ele demonstrar de forma exaustiva como todo o espaço é “simultaneamente um produto (uma coisa) e um determinante (um processo) das acções e relações sociais” (Zieleniec, 2007, p. 60), podendo as suas concepções ao longo do tempo ser entendidas como um percurso em que cada sociedade e correspondente modo de produção engendram representações do espaço adequadas à sustentação das suas relações de domínio, exprimindo interesses, aspirações, anseios e receios.

Na sociedade corrente, produto da evolução do modo de produção capitalista do modo de desenvolvimento industrial para o modo de desenvolvimento informacional (Castells, 2002, p. 17), acentuando a importância da informação e das tecnologias da comunicação que permitem a sua manipulação e os fluxos como processos centrais de organização em redes, representação do espaço e tecnologia têm uma relação umbilical que, mais do que quaisquer outros, os média locais permitem observar e dar corpo.

Como se verá, o GPS é um sistema de representação que, como qualquer tecnologia, não é “neutro”, começando pela facto de ter sido desenvolvido para fins militares. O espaço que ele propõe é um espaço geométrico abstracto (WGS84) que induz uma uniformidade fictícia. Estendido à escala global, uma vez aberto ao uso da sociedade civil, ele tornou-se num veículo capitalista permitindo não só posicionar a oferta de produtos e serviços como *comodificar* a própria produção cartográfica explorando a “inteligência colectiva” em regime *pro bono* (veja-se a reflexão sobre a “guerra dos mapas” e o exemplo de como o Google Maps opera a este nível, abaixo, p.64).

As plataformas locais e a incorporação da localização na comunicação, condicionam a forma como o espaço é socialmente vivido, mas como Lefebvre enfatiza e o geocaching parcialmente demonstrará (ver cap. 9), a dialéctica das práticas espaciais reverte-se potencialmente sobre as suas representações.

Em certa medida, em termos da experiência da vida quotidiana, e da meta humanista de “uma

---

<sup>11</sup> O conceito de *spatial fix*, gizado por Harvey (2001b, 2005a), procede do diagnóstico de Rosa Luxemburgo (Luxemburg, 2003, p. 307 e seg.s) quanto à vocação imperialista do capitalismo, implicando a contradição entre a necessidade de expansão permanente dos mercados de forma a corresponder às crises de “subconsumo” e a redução da própria relação assimétrica de exploração que o sustenta, levando ao prognóstico de que em última análise a sua extensão como sistema-mundo levaria ao seu colapso. Em contrapartida, Harvey prefere enfatizar as crises de “sobre acumulação” de capital (Marx & McLellan, 2000, pp. 515-525), admitindo que o capitalismo consegue superar reconfigurando o próprio espaço e as suas representações e com eles as relações de domínio. Assim, o sistema capitalista não “implode” porque muda sistematicamente as regras do jogo, mormente exportando capital e realocalizando a produção mediante um “arranjo/remedeio espacial” regular que lhe permite temporariamente continuar a crescer agindo sobre os factores de produção. Veja-se. por ex. Turner (2010a, p. 519 e seg.s) bem como, para uma síntese das teorias marxistas da dependência, Brewer (1990, p. 161 e seg.s), Huntzinger (1991, p. 70 e seg.s) e ainda o excelente ensaio crítico de Bob Jessop sobre Harvey em Castree e Gregory (2006, pp. 142-163).

vida plenamente vivida”, “com sentido” (na asserção de Ritzer, *cf.* abaixo, p.169), ou se se preferir, utilizando a categoria de Maslow (1970) relativamente ao cúmulo das necessidades humanas, para que a “auto-realização” se torne possível, ele constitui igualmente um uso criativo e uma forma de diferenciação (*difference*) e de fuga à homogeneidade e à rotina.

O por vezes assim designado “terceiro espaço”<sup>12</sup> instituído pela Internet é um “espaço de esperança” não apenas quando admite a denúncia de contradições e formas de mobilização e luta política, mas também quando permite a renovação de horizontes nos domínios do lazer.

De facto, Lefebvre postula que aqueles que têm a capacidade de influir sobre a representação do espaço, os arquitectos do espaço urbano mas também crescentemente os protagonistas *pivô* das redes de comunicação (os arquitectos das redes, que Castells por seu turno identifica como ocupando a condição de *switchers*), tentam alienar as condições de existência, estabelecendo as bases para a conduta através da marcação de percursos com símbolos que acompanham as deslocações habituais e a por ex. as “filas da ponte” (veja-se o caso da plataforma Waze), servindo para recordar ao indivíduo onde está e qual o seu lugar, disciplinando-o, tentando condicionar o seu percurso e manietar a sua individualidade.

Nesta medida, podemos igualmente identificar uma homologia entre a ênfase que as práticas de recreio com uso da tecnologia de localização colocam na descoberta da Natureza e do Espaço Natural (*cf.* Da caminhada e da imersão na natureza como formas de reencantamento do mundo. Do Jet ao leg lagging, p. 162 e seg.s) como reclamação de uma experiência mais autêntica e orgânica; exemplo da meta de um espaço social que harmonize práticas materiais e espaços representacionais, mormente, num movimento, se não de ruptura ao menos de complemento, relativamente à tirania do signo promovida pela moderna cultura visual, denunciada por Lefebvre, mediante a valorização do envolvimento do corpo no pedestrianismo, do exercício das demais formas sensoriais e da possibilidade de apreensão

---

<sup>12</sup> Conceito mais recentemente popularizado pelo trabalho de Soja (1989, 1996) que o define formidavelmente, no quadro dos estudos do urbanismo, como “espaço *inteiramente vivido*, um lugar simultaneamente real e imaginário, actual e virtual, *locus* de experiência e agência estruturadas, individuais e colectivas, inscrito em jornadas reais e imaginadas a lugares” (Soja, 2008, p. 239) num diálogo com Lefebvre que alguns criticam como uma desvirtuação inútil. Por exemplo, Elden (2004, p. 8 e seg.s) reprova em Soja a mobilização de uma ontologia que separa o espaço da sociedade, algo que o francês expressamente rejeita na sua obra, na qual eles surgem de forma mutuamente constitutiva (no fundo, acusando-o de propor como falsa “novidade” uma solução que o próprio Lefebvre já contempla), ao mesmo tempo que ao contrário da sugestão de Soja a valorização do espaço em Lefebvre não tem implícita uma desvalorização do tempo, bem pelo contrário, ambos surgem articulados na sua ritmanálise em que a vivência do quotidiano, traduzida na deslocação corpórea, surge marcada pela intersecção de tempo, espaço e dispêndio de energia. Como produto histórico e, por conseguinte, temporal (fruto do seu tempo) para Lefebvre a ontologização da espacialidade corresponderia à transposição para o universo intelectual do processo geralmente experimentado nas sociedades contemporâneas de dominação do tempo linear sobre o tempo vivido, e da alienação da experiência de vida através do espaço abstracto. Outras conceptualizações, ecoando a dialética de Lefebvre, quanto a um “terceiro espaço”, por vezes empregues para compreender a natureza das práticas em rede, podem ser encontradas por exemplo em Homi Bhabha (1994) e em Stuart Hall, no quadro do pensamento pós-colonial, bem como em Oldenburg (1998), no quadro do estudo das associações cívicas. Estas últimas parecem-nos, no entanto, mobilizações moderadamente úteis para a compreensão da relação entre os espaços físicos e virtuais no quadro das tecnologias de locativas, abundando concepções alternativas e porventura com mais sentido: entre outras, seja quanto ao espaço como *híbrido* (veja-se o cap. seguinte), seja como *duplicado* (Scannell, 1996), seja como *espelho* (veja-se a heterotopia em Foucault, imediatamente a seguir), seja ainda como *aumentado* (Manovich, 2010). Ao mesmo tempo a perspetivação das comunidades virtuais como um “terceiro espaço” pode ser substituída seja recuperando do pensamento clássico o conceito de *bund* seja mais recentemente através da perspectiva das “neotribos” em Maffesoli. Algo sobre que nos debruçaremos a seu tempo.

imediate e emocional do significado dos lugares, privilegiando a textura sobre o texto (Jansson, 2007).

Assim, em suma: ciberespaço e a computação mediada por computador precisam de ser avaliados ao nível das relações de produção e reprodução que lhe dão forma (os constituem), das representações do espaço que os tentam moldar de forma particular (e dos interesses que por detrás delas estão) e dos espaços de representação que emergem da sua vivência (pela experiência).

Em Lefebvre, como se viu, as múltiplas dimensões do espaço implicam-se/constituem-se mutuamente de forma dialéctica. Por conseguinte a nossa subsequente apropriação para a organização do trabalho, baseada na segmentação através da “grelha de práticas espaciais” de Harvey (*cf.* abaixo, p.160) é necessariamente feita de forma solta.

## 1.2 FOUCAULT. TECNOLOGIA E HETEROTOPIA

Se Lefebvre com a sua tese da produção social do espaço permite superar as dicotomias entre físico-virtual e articular vivência, sujeição e idealização, Foucault<sup>13</sup> - que do ponto de vista do poder destaca a sua instrumentalização na aplicação da disciplina em lugares circunscritos elaborados para o efeito (presídios, asilos etc.) – permite-nos, por seu turno, estabelecer uma relação entre interacção e tecnologia de comunicação mediada através da sua conceptualização das “**heterotopias**”, como espaços de alteridade definidos por operarem segundo processos de espelhamento, contradição e reflexão idênticos aos experimentados pelo individuo que se debruça sobre os ecrãs que lhe permitem vislumbrar(-se) (n)os espaços virtuais. Em acréscimo, revisitando as tecnologias da comunicação digital como “**tecnologias do self**” é igualmente possível estendê-las para além do controlo como punição ao domínio activo e instrumental da construção da subjectividade, admitindo margem para a apropriação de uma ética do “zelar por si” de forma a potencial e desejavelmente emancipar a condição individual. Em terceiro lugar, finalmente é no nosso entender de mobilização igualmente útil o seu conceito do **panóptico**<sup>14</sup>, modelo de prisão ideal e construção com paredes de vidro em que os indivíduos surgem expostos e são alvo de observação e como tal se autolimitam no que constitui uma metáfora poderosa para a “geovigilância” (*cf.* abaixo, p. 62) nas sociedades contemporâneas, tanto por hipótese para a acção de certas agências de espionagem (tais a NSA, norte-americana), como para o seu reverso: a exposição da sua acção mediante fenómenos como os protagonizados em anos recentes pelos personagens polémicos Julian Assange e Edward Snowden.

### 1.2.1 DA INTERNET COMO “OUTRO ESPAÇO”

Apesar de o *spatial turn* nas ciências sociais se ter iniciado ainda durante o seu período de vida, a relação de Foucault (falecido, recorde-se, em 1984) com esse movimento foi mais de influência sobre

---

<sup>13</sup> Para um cotejamento dos pensamentos de Foucault e Lefebvre veja-se o capítulo a tal dedicado por Soja (1996, pp. 145-163).

<sup>14</sup> A metáfora e o modelo do *panopticon* constitui porventura a aplicação mais comum de Foucault à Internet e o seu tratamento hiperabunda. Jensen e Draffan (2004, p. 8 e seg.s) e Brignall III (2002), por exemplo, fornecem dois excelentes enquadramentos.

do que propriamente de filiação<sup>15</sup>. Assim, ao longo da sua obra, marcada pela sua metodologia particular conjugando a “arqueologia do conhecimento” com a “genealogia do poder”, que o situam dentro do pós-estruturalismo como pensador *sui generis* (Ritzer & Goodman, 2004, p. 585), o pensamento das temáticas do espaço, do território e da geografia surge de forma regular mas dispersa, integrado colateralmente nas suas preocupações quanto à regulação do comportamento individual através da disciplina e da punição, a saúde pública e as técnicas de governação (Falzon, O’Leary, & Sawicki, 2013, p. 384).

Não obstante ser com alguma frequência apontado como um dos aspectos menos desenvolvidos<sup>16</sup> e mais criticados (Genocchio, 1995; Young, 1998) do pensamento de Foucault, comparativamente parco em definições e exemplos (Topinka, 2010, p. 67) a proposição de uma heterotopia pode revelar-se útil para compreender as formas específicas através das quais o ciberespaço confunde os espaços físicos convencionais (Saco, 2002, p. xxv), passível de aplicação por exemplo à interpretação do próprio *Neuromancer* (Dalton, 2014), à Internet *latu sensu* (Apprich, 2009), às redes sociais (Rymarczuk & Derksen, 2014) e as às tecnologias móveis em particular (Turcotte & Ball, 2013).

Em *Les Espaces Autres*, artigo traduzido em inglês por exemplo em Dehaene e Caüter (2008, pp. 13-29)<sup>17</sup> expõe-se sinteticamente uma história do espaço em que se parte da caracterização do tempo feudal como hierárquico e fechado, feito de oposições entre lugares sagrados e profanos, urbanos e rurais, para admitir que com o heliocentrismo de Galileu, este espaço de localização foi aberto e estendido em direcção ao infinito do cosmos, dissolvendo o espaço medievo na medida em que passaram a perspectivar os astros e as coisas como meros pontos em movimento nele. Com o advento da técnica e acrescentaríamos nós o acréscimo da mobilidade, o espaço contemporâneo é assim um espaço que “toma a forma de relações de localizações”, porém, sugere-se, um espaço “que talvez não esteja ainda inteiramente dessacralizado” em termos práticos, ainda que o tenha sido em termos teóricos, porque “a nossa vida continua governada por um certo número de oposições que não podemos tocar (...) oposições que nós consideramos inteiramente dadas: entre o espaço privado e o espaço público, entre o espaço da família e o espaço social, entre o espaço cultural e o espaço funcional, entre o espaço de lazer e o espaço de trabalho; todos esses são ainda nutridos pela presença oculta do sagrado.”

É, por conseguinte, na lógica durkheimiana entre a oposição dos locais sagrados e profanos que Foucault filia os espaços heterotópicos, num espaço que não é um mero contentor vazio, mas se encontra, à semelhança de Lefebvre, “completamente investido de qualidades e mesmo frequentemente

<sup>15</sup> Para uma sùmula dos escritos de Foucault sobre o espaço acompanhados de diversos ensaios críticos veja-se o volume editado por Crampton e Elden (2007, p. 173 e seg.s).

<sup>16</sup> Foucault menciona o conceito de heterotopia pela primeira vez no prefácio a “As Palavras e as Coisas” (Foucault, 1966, p. 9), retornado a ele subsequentemente, já na década de 80, em três ocasiões distintas - cf. Johnson (2006). Assim, vejam-se ainda em Foucault, Rabinow & Faubion (1997, pp. 349-364), os textos “Espaço, Conhecimento e Poder” e “Questões de Geografia”, bem como as trocas subsequentes, em Crampton e Elden (2007, pp. pág.s 173-182)

<sup>17</sup> Para uma tradução informal em português consulte-se: [http://ghiraldelli.pro.br/wp-content/uploads/michelfoucaultheterot\\_carmela.pdf](http://ghiraldelli.pro.br/wp-content/uploads/michelfoucaultheterot_carmela.pdf). Uma versão digitalizada do original francês encontra-se por exemplo em: <http://www.cairn.info/revue-empan-2004-2-p-12.htm>. Nas citações que subsequentemente faremos quando em dúvida cotejamos os três.



atormentado por fantasmas”.

Numa colação que serve de subsequente apoio à teoria actor-rede<sup>18</sup> enfatiza-se ainda o carácter relacional do espaço e a necessidade de procurar os conjuntos de relações pelos quais se podem definir os sítios em particular. Algo a que subsequentemente vem a chamar *heterotopia*, “uma espécie de descrição sistémica (...) que poderia numa dada sociedade ser tomada como objecto de estudo, análise, descrição e ‘leitura’ destes diferentes espaços... Uma contestação ao mesmo tempo mítica e real do espaço no qual vivemos.”

De entre os lugares em geral, Foucault assume como analiticamente mais significativos, na medida em que se situem em posições revelando os limites e contradições do simbólico (West-Pavlov, 2009, p. 138), “os que se caracterizam como tendo a curiosa propriedade de estarem em relação com todos os outros lugares, mas de tal modo que eles suspendem, neutralizam, ou invertem o conjunto de relações que eles designam, espelham ou reflectem”. Eles são de dois tipos: utópicos e heterotópicos.

Assim, os espaços de heterotopia definem-se por oposição aos de utopia na medida em que enquanto os segundos são, como na celebrada ilha de Thomas Moore, lugares puramente ideias e sem realização real, os primeiros conhecem existência real como espaços com significado cultural, alvo de representação, mas também de contestação e inversão, “espécie de lugares que estão fora de outros lugares, mesmo quando sejam efectivamente localizáveis.” São espaços de subversão semiótica, mas também espaços onde os mecanismos de poder se reflectem.

Se etimologicamente “utopia” está entre *outopia* (lugar que não existe) e *eutopia* (literalmente um “local bom”) tendo como reverso a “distopia” (um “local mau”), a “heterotopia” por seu turno é um “outro local” (hétero-topia), um local “diferente” de alteridade simultaneamente física e mental, como por exemplo, em matéria de comunicação mediada, o espaço em que uma chamada telefónica decorre ou notavelmente o ciberespaço.

Como exemplo de mecanismo heterotópico Foucault aponta notavelmente o do espelho, “que constitui à partida uma utopia, pois é um lugar sem lugar. No espelho eu vejo-me a mim mesmo lá onde eu não estou, em um espaço irreal, que se abre virtualmente atrás da superfície (...) uma espécie de sombra que dá a minha própria visibilidade para mim mesmo, que me torna capaz de me ver a mim mesmo (...). Mas é também uma heterotopia, uma vez que o espelho existe realmente, e onde ele tem sobre o espaço que eu ocupo uma espécie de efeito contrário; é a partir do espelho que eu me ausento

---

<sup>18</sup> De facto Law (2002) aproveita mesmo o exemplo que como adiante se verá Foucault dá do navio como espaço heterotópico exemplar para, aplicando-o à gesta da expansão ultramarina portuguesa, admitir que como objecto entre objectos ele é “espacial e topologicamente múltiplo, habita e cumpre (*performs*) duas formas de espaço: o cartesiano e o semiótico” pois “os objectos podem ser definidos como intersecções entre realizações de forma invariante entre diferentes sistemas topológicos”, que o mesmo é dizer que as espacialidades emergem enquanto performances e que são as redes, os fluxos entre objectos actuantes, actores e rede, que fazem as regiões, por cima e ao arripio da pura geografia. Ainda que, numa perspectiva puramente geopolítica, se possa contrapor que as redes não são apesar de tudo indiferentes à geomorfologia, nem que se seja por os actores se porem de acordo quanto à conveniência prática e porventura defensiva e estratégica, por exemplo, de as fronteiras políticas acompanharem as demarcações naturais – é assim que, em Portugal, o Guadiana serve de fronteira a sul da mesma maneira que, mais acima, a Serra de S. Mamede e os declives de Marvão, enquanto nas beiras a fronteira acompanha as cristas naturais e a norte as serras, do Gerês ao Montesinho, fazem igualmente esta demarcação. Para uma perspectiva histórica da dinâmica de demarcação do território nacional veja-se Mattoso, Daveau & Belo (2011)

do lugar onde eu estou, uma vez que me vejo a mim mesmo lá. A partir desta visão que é dirigida para mim, do fundo deste espaço virtual, que é o outro lado.”

Dito de outro modo, o espelho permite o sentimento algo confuso de estar em dois lugares ao mesmo tempo (em si próprio e no seu reflexo), um sentimento de alternância e contradição entre a posição que ocupo e quem sou, um instante de perplexidade sensorial que contradiz a ideia que fazemos de nós próprios como “unidades cognoscentes”, associada a um sentido orgânico corpóreo.

Como heterotopia o mecanismo operado por um espelho permite a activação através do acto de contemplação do reflexo. E nessa medida, as heterotopias, como todos os espaços, constituem-se pela prática.

São espaços de ironia e riso que permitem dar conta da artificialidade e das contradições da organização social do espaço e da coerência da própria linguagem, remotamente correlacionáveis com o *pastiche* como forma de paródia em Jameson. Porém, enquanto para o segundo, o *pastiche* é uma forma de prática cultural virtualmente alienante, uma forma de reprodução inconscientemente passiva, para Foucault as heterotopias são por assim dizer pretextos para pensar em que em última análise, tal como no espaço diferencial de Lefebvre, existe margem para a intervenção.

Mais de que de uma teoria, a heterotopia é uma tentativa de conceptualizar certas práticas materiais que se podem encontrar ao longo da história. E como conceito, Foucault define-a segundo seis grandes princípios ou características operativas que categoriza e tenta tornar tangíveis mediante exemplos concretos. Estes são:

- 1) Todas as culturas engendram heterotopias, tomando formas diversas, porém repartíveis em duas grandes classes:
  - i) **Heterotopias de crise ou purificação.** Nas sociedades primitivas é o caso das casas de reclusão em que se encerram as mulheres menstruadas ou os adolescentes submetidos a ritos de iniciação na vida adulta, nas sociedades modernas estas subsistiram por exemplo no confinamento imposto aquando da prestação do serviço militar obrigatório, como resquício de um rito de maioridade, mas também na “Lua de Mel” como espécie de espaço exótico, implicando uma deslocação fora do espaço habitual, como *mise-en-scène* para a “iniciação do casal na vida sexual”.
  - ii) **Heterotopias de desvio.** Espaços de confinamento daqueles cujo comportamento é desviante ou socialmente ameaçador como no limite asilos, manicómios e prisões, mas também, no universo contemporâneo, em que a velhice surge apercebida como um estado de decrepitude desviante, casas de retiro ou repouso.
- 2) A dinâmica social faz com que as heterotopias estabelecidas mudem e adoptem novas funções e significados, pois trata-se de espaços intrinsecamente embebidos num universo cultural sujeito a mudança. Foucault dá o exemplo do cemitério que passou de uma posição central à urbe, tipicamente situado sob as lajes da igreja e em torno de si, no adro, para subseqüentemente passar, como hoje, a ocupar a periferia das localidades ao mesmo tempo que as sepulturas comuns, como regra, foram substituídas pelo espaço da individualidade na forma das campas e jazidos familiares. Assim, o ciberespaço pode ser igualmente visto como forma heterotrópica própria da contemporaneidade, mediante entre outros uma realocação de partes da intimidade para o espaço público.
- 3) A heterotopia é capaz de justapor num único local real diversos espaços, diversos lugares normalmente incompatíveis entre si. As **heterotopias de espaços mistos** têm como qualidade conciliar lugares contraditórios. É notavelmente o caso dos jardins botânicos, conjugando floras e microclimas que de outra forma nunca se encontrariam juntos, mas também o caso do “jardim zoológico” no domínio da fauna, mesclando a curta distância pinguins e leões, focas e dromedários... Pode igualmente ser o caso dos cinemas, do teatro ou o lugar de certos espaços virtuais, constituídos em comunidades de indivíduos efectivamente muito heterógenos à parte um interesse particular que os une.
- 4) As heterotopias surgem frequentemente ligadas a recortes de tempo, podendo constituir “**heterocronias**”. Como “**heterotopias de tempo**” elas têm como função suspender ou aglomerar o tempo tradicional. É o caso dos museus e das bibliotecas, “uma espécie de acumulação de tempo indefinida e perpétua em um lugar imóvel”. É igualmente a lógica do coleccionismo e das montras, por

vezes salas reservadas pelos colecionadores dentro do próprio espaço doméstico (noutra parte, deste trabalho estabelecemos uma colação entre consumo, colecionismo e práticas de uso da comunicação mediada – cf. 232 e seg.s). Mas também se pode registar o inverso: heterocronias caracterizadas pelo seu carácter transitório e precário, como sejam o caso de certas feiras temáticas e dos festivais de Verão, correntemente muito em voga.

- 5) As heterotopias presumem a existência de sistemas de regulação do ingresso no respectivo espaço (heterotopias de prática ritual, por assim dizer), “sistemas de abrir e fechar”, regras de admissão e permanência, como as regras de ingresso numa mesquita ou numa sauna, mas também numa dada rede social.
- 6) Finalmente, as heterotopias desempenham funções particulares em relação aos demais espaços. Particularmente, elas constituem-se entre dois extremos:
  - i) **Heterotopias de ilusão**, quando permitem expor o mundo real como ainda mais ilusório, como nos casos extremos do bordel ou em especial no caso navio, “um pedaço de espaço flutuante, um lugar sem lugar, que existe por si mesmo, que é fechado dentro de si mesmo e ao mesmo tempo é uma descontinuidade da infinidade do mar, progredindo de porto em porto, de mudança em mudança, de cais em cais, de bordel em bordel”, funcionado para a nossa civilização desde o século XVI até ao presente como meio de transporte e instrumento de mercancia e simultaneamente grande reserva de imaginação. “Em civilizações sem barcos, os sonhos secam, a espionagem toma o lugar da aventura, e a polícia toma o lugar dos piratas” e da mitologia dos “tesouros”, aguardando por ser descobertos em ilhas recônditas, eubióticas *Antílias*, como no mito da Lagoa das Sete Cidades, imaginadas como mais ou menos paradisíacas. Para uma colação desta metáfora aplicada à Internet basta atentar na designação atribuída aos próprios *browsers*: Internet Explorer (Explorador) e Netscape Navigator (Navegador).
  - ii) **Heterotopias de compensação**, quando fornecem um espaço de perfeição compensatório das imperfeições do mundo real. Foucault fornece o exemplo das colónias de inspiração religiosa tanto protestante como jesuítica nas metade norte e sul do Novo Mundo, respectivamente, mas hoje podemos igualmente pensar no exemplo da plataforma Second Life e em como ela permite gerar avatares e habitats em que cada um pode exercer o seu sentido do belo, independentemente do índice de massa corporal ou do tom mais ou menos vetusto do subúrbio onde porventura possa viver e da forma como hipoteticamente este lhe possa surgir a partir da *marquise*.

O conceito de heterotopia foi subseqüentemente apropriado para os mais distintos fins, por vezes com novas roupagens, como “espaço de diferença”, mas também “espaço marginal” ou “espaço paradoxal”<sup>19</sup>.

No nosso caso interessa-nos, em especial, perspectivar a heterotopia no quadro particular das tecnologias móveis e locativas, da comunicação digital e das redes e lugares que elas engendram.

Em primeiro lugar, de uma forma geral, é fácil verificar como o espaço da Internet foi originalmente proposto simultaneamente como um “outro espaço” e como a materialização de uma utopia. Para o primeiro concorreram as metáforas quanto a uma “Cidade de Bits” (Mitchell, 1995) que definiam a sua alteridade a partir da contradição entre o ser aespacial e não espacial, incorpóreo e não corpóreo, assíncrono e não síncrono, conectado e não contínuo e assim sucessivamente, materializando trinta anos volvidos a definição de Foucault quanto a “uma era de simultaneidade, de justaposição, de proximidade e distância, de coexistência e dispersão” num mundo cujo organização e acção deixaram de ser diacrónicas para passarem a constituir “uma rede cujos fios intersectam e conectam pontos.”

<sup>19</sup> Em “The Badlands of Modernity” (Hetherington, 1997, p. 41), que poderíamos traduzir aproximadamente por “Os Espaços Erodidos da Modernidade”, obra que o autor posiciona de forma timorata como análise da modernidade e da ordem mais do que da pós-modernidade e da desordem com que identifica a afluente mobilização do conceito foucaultiano de heterotopia, enunciam-se seis formas particulares mediante as quais o conceito veio a ser alvo de interesse e revisão: aplicado a sítios incongruentes através de práticas sociais transgressivas; aplicado a sítios incertos na medida de lhes serem atribuídos significados sociais múltiplos; aplicado a sítios a quem é conferida uma aura de mistério; aplicados a sítios de excepcional perfeição contrastando com a sua vizinhança; a sítios marginalizados face à espacialização dominante e, finalmente, como formas que desafiam e tornam impossíveis a afirmação discursiva.

Quanto à dimensão de utopia realizada podemos situá-la na retórica do “Ciberpop” (Matrix, 2006) através do marketing que a posicionou como veículo de acesso democrático e igualitário e espaço de acesso e troca irrestritas de informação (Apprich, 2009 - “mitoinfirmação”; Winner, 1986) - bem como no plano do discurso político, fazendo-a equivaler à apresentação das “grandes auto-estradas da informação digital” (*digital highways*) como antítese da guerra fria (Feenberg, 2010, p. 52 e seg.s) e de uma forma geral ao ciberoptimismo dos gurus com que Wellman Consalvo e Ess (2011, p. 18) identificam a primeira idade dos estudos da Internet, em que esta “era vista como um facho brilhante acima das preocupações quotidianas. Uma maravilha tecnológica, pensada para trazer um novo iluminismo e transformar o mundo”.

É porém mister reconhecer que o espaço virtual não constitui, “um espaço” único, uma heterotopia “singular”, ele é feito de múltiplos sítios, admite e encerra múltiplas heterotopias (Young, 1998).

Em segundo lugar, de uma forma particular, é igualmente fácil admitir que as práticas permitidas através das tecnologias de comunicação, miniaturizada, móveis e sem fios, encerram boa parte das formas heterotópicas particularmente enumeradas por Foucault, em particular quando *sic* “fornecem um espaço de perfeição compensatório das imperfeições do mundo real”, um espaço em que cada um pode idealizar, construir e apresentar alter-egos. Funcionam igualmente como heterocronias enquanto grandes arquivos ou repositórios que suspendem “em nuvem” o tempo pessoal mas também permitem acumular o saber das gerações, propondo formas como a Wikipédia, num ressuscitar do antigo “enciclopedismo” (Haider & Sundin, 2009).

Ao mesmo tempo os espaços engendrados nas plataformas das redes sociais são cada vez mais alvo de controlo, com mecanismos de acesso aparentemente abertos e universais, mas ainda assim claramente demarcados e quando é caso disso punitivos. O Facebook, de entre elas correntemente a mais utilizada é disso exemplo. Trata-se de um espaço ordeiro e disciplinar na medida em que sujeita os utilizadores a condições de uso draconianas (Rymarczuk & Derksen, 2014) ao mesmo tempo que escrutina activa e exaustivamente os conteúdos colocados, apaga as infracções e notifica os infractores, não hesitando quando necessário expulsá-los (veja-se por exemplo em <http://www.quitfacebookday.com> os relatos de utilizadores que viram as suas contas apagadas porque, apesar de serem reconhecidos pela família, com a qual interagem, não usaram o seu nome real).

### **1.2.2 TECNOLOGIAS DO *SELF*, AUTO-REFLEXÃO E AUTOPOLICIAMENTO**

A utilização da expressão “tecnologias do *self*” em Foucault é algo enganadora na medida em que o autor está menos interessado no uso moderno das tecnologias da comunicação *per si* do que em recuperar, mormente a partir da antiguidade grega, um sentido de “ética” distinto do contemporâneo (que a confunde com “moral”) subseqüentemente obnubilado pelo cristianismo cuja “ética” consiste na negação do *Self*, deslocando o *locus* da existência para a salvação da alma e o louvor a Deus. Por conseguinte, em Foucault a problemática das “tecnologias do *self*” surge associada à subjectividade (como algo de historicamente constituído pelo próprio sujeito através de práticas articuladas com formas

exteriormente impostas<sup>20</sup>, ontologicamente distinto do corpo, como forma mais do que como substância) e à constituição do sujeito de forma activa através de “técnicas” (mais do que propriamente artefactos tecnológicos concretos/”tecnologias”) que lhe são propostas, impostas ou sugeridas pela sua cultura, sociedade ou grupo social, em cujo conspecto falar de “ética” se reporta não a um julgamento sobre o que é bom ou mau, mas “à elaboração de uma forma de relação do *self* que permite ao indivíduo perspectivar-se como sujeito de conduta” (Falzon, O’Leary, & Sawicki, 2013, p. 517).

Nesta visão, a “ética” é, por conseguinte, menos uma questão de “juízo moral” do que constituição do “carácter” ou da *persona* – o que, nos textos legados da antiguidade, correndo, não obstante, parece evidente, sociologicamente, o risco de uma excessiva intelectualização, confundindo os “filósofos gregos” com os gregos antigos em geral, por hipótese um ferreiro - corresponderia à apologia da *poesis* como prática reflexiva reconciliadora do indivíduo com o mundo.

O domínio das “tecnologias do *self*” é assim o domínio do cuidado consigo próprio e do autoconhecimento, podendo estas ser definidas como “as práticas específicas através das quais os indivíduos se constituem a si próprios dentro de e através de sistemas de poder, e que podem parecer mais ‘naturais’ ou mais ‘impostas de cima’” ou numa colação mais próxima com as práticas em rede e com pitada de ironia e boa-vontade a raiar o abusivo “as formas como as pessoas propõem, policiam os seus *selves* na sociedade e as formas como elas são activadas ou inibidas pelo uso de diferentes técnicas através dos discursos desencantatórios onde o fluxo geométrico abdica do significado, deixando-os ainda mais apartados de um sentido coerente do *self*...”<sup>21</sup>

Foucault ele próprio, apresenta-as como uma espécie de racionalidade prática, permitindo “aos indivíduos efectuar pelos seus próprios meios ou com a ajuda de outros um certo número de operações nos seus próprios corpos e almas, pensamentos, conduta e forma de ser, de forma a transformarem-se a si próprios de modo a atingir um certo estado de felicidade, pureza, sabedoria, perfeição ou imortalidade” (Foucault, Martin, Gutman, *et al.*, 1988).

A possível operatividade e o respectivo recorte torna-se porventura mais interessante se compararmos as “**tecnologias do *self***” com os demais tipos de “tecnologia” identificados por Foucault, os quais são as “**tecnologias de produção**”, as “**tecnologias de sistemas de signos**” e as “**tecnologias de poder**”.

Assim, as contemporâneas tecnologias de comunicação em rede são tecnologias de produção na

---

<sup>20</sup> Neste sentido, Rose (1990) toma a categoria de Foucault de forma a enfatizar como a própria acção das ciências sociais e da psicologia em particular é determinante sobre aquilo que ao longo do tempo tem vindo a ser percebido como *Self*. Para o autor, “enfatizar as técnicas – de memória, literárias, numéricas, de mobilidade, cálculo, individualização, produção, visão, paixão, agressão, de preocupação pelos outros e de preocupação com o próprio enfatiza a necessidade de ver as capacidades humanas como constituídas em aparatos complexos que não estão nem confinados no invólucro da pele nem na unidade imaterial da mente” mas algures num meio termo em que os sujeitos se prefiguram como o produto “de dispositivos, olhares e técnicas para além dos limites da carne... localizados em espaços particulares...” em seu redor (op. cit, pp.ix-xx). A percepção contemporânea da individualidade deve assim ser situada sociopoliticamente na evolução da perspetivação do ser humano como sujeito de solidariedade e direitos de cidadania para uma entidade autónoma alvo de processos de escolha e auto-realização. Nesta mesma óptica veja-se ainda a nossa discussão sobre a “contingência do *Self*”, Anexo B, p.XXI e seg.s.

<sup>21</sup> Na interpretação de Jason Mitchell e Mary Hudock, respectivamente, compilada entre uma multiplicidade de outras no sítio: <http://www.theory.org.uk/ctr-fou6.htm>

medida em que permite manipular artefactos e inclusive produzir valor; são tecnologias de sistemas de símbolos na medida em que permitem (quase exclusivamente) o uso de signos e significados; são tecnologias de poder na medida em que podem exercer uma acção determinante na conduta e na sujeição do sujeito e são finalmente “tecnologias do *self*” como corolário das condições anteriores, transformando a sua individualidade na medida da sua acção manipulada e manipuladora nos domínios da significação e da sujeição a condições objectivas.

Ao mesmo tempo são tecnologias “éticas” (seja, na definição de Foucault, definidoras de carácter) na justa medida que por exemplo Illich (1973) atribuía às “ferramentas para a convivialidade” ou na mesma medida em que por exemplo Himanen (2001) nos fala de uma “ética hacker”.

Finalmente, é igualmente possível retirar algo de útil no papel desempenhado pelo exercício idílico da escrita na antiguidade grega como “tecnologia” de autoconhecimento, “envolvendo tomar notas sobre si próprio para ser relidas, escrevendo tratados e cartas aos amigos para os ajudar, e mantendo livros de notas de forma a reactivar para si próprios a verdade, quando necessário.” Não obviamente que a produção da generalidade dos utilizadores por exemplo no Twitter possa constituir uma forma de “tratado” ou tão pouco os *tweets* possam ser equiparadas às epístolas socráticas, até porque, para esse efeito, essa também não seria certamente a generalizada prática dos cidadãos gregos, como já notámos. Trata-se mais modestamente de chamar a atenção para o facto de que na vida contemporânea a produção textual mas também pictórica e audiovideográfica constitui uma actualizada forma democratizada ou mesmo talvez demagogicizada de prática de “cuidar de si próprio”, seja de desenvolver a sua identidade em diálogo consigo próprios e com os outros (Abbas & Dervin, 2009).

Como “ferramentas do *self*”, as tecnologias da comunicação e interacção mediada são assim igualmente “ferramentas para pensar com” (Turkle, 1995). Elas compõem um ambiente de que emerge um “*self*” que não é único nem é sinónimo de “identidade”, mas algo de plural, composto pelos múltiplos estados, inclinações e declinações (de-inclinações) que esta assume no espaço comunicativo virtual.

### 1.2.3 SOMA E SUBSTÂNCIA. UTILIDADE E ACTUALIDADE DE FOUCAULT

Feita uma digressão, porventura demasiado extensa, sobre alguns dos vectores do pensamento de Foucault sobre o espaço, por vezes eminentemente metafísico e aparente pouco operativo, urge finalmente colocar a questão: em que medida ele pode ser útil para o nosso trabalho? A nosso ver a resposta pode sintetizar-se em quatro pontos:

Primeiro, ele enfatiza que o espaço, mesmo o espaço da prática, não tem que ser nem homogéneo e determinado nem utópico e puramente projectivo, ele é naturalmente contraditório e os mecanismos dessa contradição constituem tanto válvulas de escape e instrumentos de integridade como exemplos de cujo carácter heterotópico se pode saber algo das sociedades que respectivamente os engendraram

Segundo, a sua ontologização da heterotopia arvora categorias úteis para enquadrar a prática nos espaços virtuais para além da circunscrição em termos dos mecanismos economicistas de produção-consumo, domesticação ou convergência em que normalmente surge confinado.

Terceiro, a sua articulação entre espaço, poder e disciplina é particularmente lúcida no caso da

apropriação da geolocalização pelos sistemas de vigilância, seja dos poderes públicos, em sentido estrito, seja do seu sequestro pelos interesses das corporações multinacionais, em sentido amplo e da forma como uns e outros se penetram.

Quarto, embora subsequentemente “geografize” o seu pensamento e dê exemplos de heterotopias como casos concretos, Foucault começa por admitir que mais do que outra coisa, os “espaços de heterotopia” são espaços construídos e os actores justapostos discursivamente. É no espaço linguístico que eles se encontram, não necessariamente na oralidade, mas também no texto e acrescentaríamos em quaisquer outras formas semióticas.

Em suma: a heterotopia da Internet reside em ser um espaço que une outros espaços que normalmente seriam contraditórios sob o denominador da digitalização. Ela pode constituir um instrumento de vigilância e controlo, mas também arvora formas de cuidar de si e facilita “tecnologias do *self*”.

## Capítulo 2 - DA INCORPORAÇÃO DA LOCALIZAÇÃO NA COMUNICAÇÃO

“Todas as formas de comunicação ocorrem no espaço, e todos os espaços são produzidos através da representação, a qual ocorre através de meios de comunicação.”  
Falkheimer e Jansson (2006, p. 7)

“A ‘comunicação’ é um registo das aspirações modernas. O termo evoca uma utopia onde nada é incompreendido, os corações estão abertos e a expressão não conhece limites. Sendo o desejo mais intenso quando o objecto está ausente, a aspiração à comunicação traduz ainda um profundo sentido de abandono nas relações sociais.”  
Peters (1999b, p. 9)

“Através do espectáculo a ordem dominante discorre infinitamente sobre si própria (...) (ele) não constitui o produto inevitável de um desenvolvimento apercebido como ‘natural’; pelo contrário (...) é uma forma que escolhe o seu próprio conteúdo técnico (...) (O seu aparato) não tem nada de neutral, ele responde às necessidades da sua dinâmica interna”  
Debord (2006, p. 19)

“As redes sociais baseadas na localização oferecem uma forma de incorporação intersubjectiva que proporciona aos participantes um sentido de ‘própriocepção’; um sentido de integridade encorpada que está ciente do lugar do *self* como aquele que se situa sempre em relação à localização dos outros.”  
Farman (2012, p. 27)

Ponderar os nexos entre tecnologia, comunicação, geografia e formações sociais ou, alternativamente, convergir o interesse pelas redes, pelo território, pelo espaço e pelo lugar (Jessop, Brenner, & Jones, 2008) não é uma tarefa fácil. Um ponto vocacional de entrada é a problemática do poder<sup>22</sup>, definido por Bourdieu (2001) como luta simbólica pela posição e por Weber (1978) como capacidade de influir<sup>23</sup>. Encontramo-la associada de forma germinal à comunicação na definição dada pelo reconhecido trabalho de Shannon e Weaver (1964, p. 3) que a estabelecem como “todos os procedimentos através dos quais uma mente pode afectar outra.” O seu contacto com o espaço, por seu turno, é dado por Lefebvre e bem assim pela influência que este exerce sobre o *spatial turn* nas ciências sociais em geral e nos estudos da comunicação em particular, no seio dos quais mais recentemente, entre outras vozes, P. Mains (2015), Nyíri (2006), Falkheimer e Jansson (2006) e Couldry e McCarthy (2004), constatando que é através dos meios de comunicação que os espaços de representação se constituem e que dos média digitais emerge uma “geografia contínua” (Elias, 2012a), fundindo sujeitos, dados e ambiente, apelam ora a uma Geografia dos Média ora à indissociabilidade de análise entre a política das

<sup>22</sup> Consoante Ek (2006, p. 55), uma posição epistemológica que adopte uma noção do espaço como relacionalmente produzido, como parece consistente em Sociologia, conduz tendencialmente ao entrecruzamento deste e do lugar “com o nexos do poder/conhecimento, consoante estabelecido por Foucault e outros” e à problematização da comunicação dentro de tal aparato.

<sup>23</sup> Na tradição weberiana, o “poder” pode ser elementarmente definido como capacidade de condicionar o comportamento alheio, podendo enquanto processo assumir inúmeras formas, desde *ultima ratio*, na sua forma correctiva, a ameaça do uso da força a, mais comumente, na sua forma persuasiva, formas subtis de manipulação através do condicionamento do pensamento. Cf. por exemplo Scott (2001) bem como Giddens (1996, p. 128 e seg.s) que estabelece a sua relação lógica com a acção, sugerindo que “o uso do poder na interacção pode ser entendido em termos de recursos ou facilidades que os participantes detêm e mobilizam, como elementos, para a sua produção, dirigindo assim o seu curso (...) incluem (...) as capacidades pelas quais a interacção é constituída como significativa, mas também quaisquer outros recursos que o participante seja capaz de empregar de forma a influenciar ou controlar o comportamento dos outros...”



imagens mediáticas e a organização económica do próprio espaço.

Tal movimento implica, todavia, uma ruptura, envolvendo, no cânone de Lefebvre, o reconhecimento da “ilusão da transparência” (acima, p. 21), implícita nos modelos cibernéticos e transmissionistas que de Shannon e Weaver (1964, p. 4 e seg.s) retiveram de preferência a bula estrita do modelo matemático de acordo com o qual comunicação engendra problemas a três níveis: *Técnico* (quão fielmente os símbolos podem ser transmitidos); *Semântico* (quão fielmente os símbolos escolhidos e transmitidos correspondem ao significado desejado) e de *Eficiência* (quão efectivamente o significado recebido afecta a conduta da forma desejada). Paradigma que traduz a ideia de que símbolos e significados têm uma existência independente, convertendo o acto comunicativo numa questão de eficácia na sua escolha para gerar determinado efeito.

A impressão digital do transmissionismo, aplicado aos estudos de Média, foca-se na informação como estando no centro das acções sociais quando, em rigor, o respectivo modelo é lacónico sobre as “intenções” e os processos constitutivos do seu conteúdo (equivalendo-o a dados). Desvirtuando a própria acepção que vê na comunicação um meio de controlo (Wiener, 1985), tende a admitir de forma não problemática que o signo representa adequadamente o actual quando a comunicação como poder depende do inverso: do poder constitutivo do signo sobre o actual<sup>24</sup>, de tal modo que “o que faz o poder constitutivo das palavras (...) é a crença na legitimidade delas e daquele que as pronuncia, crença cuja produção não é da competência das palavras” (Bourdieu, 2001, p. 15).

Assim, enquanto a visão cibernética aspira a um meio transparente (sem ruído), veículo perfeito para a transmissão da mensagem, o lugar da geografia sugere que o Meio é o canal, ele próprio alvo de processos de codificação e descodificação enquanto a Sociologia levanta o problema a montante: quem pré-codifica o codificador e define o codificável (o universo do discurso possível) e até que ponto os algoritmos imbuídos na operação do software, das redes e dos dispositivos de comunicação condicionam a recursividade dos sujeitos e o sentido em que as suas possibilidades de escolha são ampliadas (os seus cursos de interpret-acção)?

Problema que, por seu turno, através de Featherstone, Lash & Robertson (1995), podemos igualmente equivaler à persistência inicial nos estudos da Internet de um entendimento vetusto da tecnologia como metafísica da presença (em que a mediação geraria inevitavelmente perda de fidelidade) e racionalidade instrumental (ou escolha racional, em que se entende os indivíduos como

---

<sup>24</sup> Lefebvre (2002, p. 194 e seg.s) sugere a necessidade de dialectizar a ideia de realidade, estabelecendo a mútua dependência entre o “presente” (actual) e o “possível” (virtual) na constituição do que “existe” (real). Ou seja, reconhecendo que a acção humana é matéria de escolhas e que “não pode existir actividade, nem realidade, sem possibilidade”, é-se levado a admitir que a última está implícita nas primeiras. Na mesma direcção, Wilken (2014b) admite que o debate relativo ao ciberespaço deve ser situado não na relação entre o “real” e o “virtual” mas entre o “actual” e o “virtual” (o potencial e o possível), permitindo assim distinguir os universos material e imaterial sem reservar o estatuto do real para o primeiro (Morley, 2011b, p. 275). Para a mesma discussão aberta a outras figuras insígnies, mormente Deleuze, veja-se ainda Shields (2003, p. 25), bem como DeLanda (2005). Na teoria sociológica, notavelmente, Mouzelis (2008, pp. 67-68 e 110 e seg.s) sugere identicamente uma relação de equivalência entre o “virtual” como ambiente cultural e psicológico interno e o “actual” como ambiente social externo, o que, de outro modo, corresponde à admissão, neste trabalho perfilhada, de que o espaço virtual como domínio possível de ruminação e escolha é vocacionalmente uma extensão do (ou, no mínimo, um manancial que alimenta o) espaço interno; matéria de intracção/intracomunicação se não mais ou menos tanto como de interacção/comunicação interpessoal. Veja-se igualmente Shields (2006b).

protagonistas de escolhas conscientes), sonogando que “se na modernidade a tecnologia envolve a representação do real, na pós-modernidade ela envolve a produção ou (pro)criação do real” e potencialmente a colonização das práticas sócio-espaciais.

Assim, para os geógrafos Thrift e French (2002, p. 310), o software, “um vasto intertexto *derridaniano* que gradualmente se converteu num sistema sem margens incluindo toda a espécie de codificações enraizada numa metáfora cibernética base” não é apenas um intermediário, possibilitando trocas, “mas um ‘mediário’ *latourniano* com os seus próprios poderes” em que a “produção automática do espaço” integra a natureza da infra-estrutura tecnológica, constituindo uma condição do modo de desenvolvimento informacionista<sup>25</sup>.

Temática que, por seu turno, prestando igualmente tributo à visão pós-estruturalista de Derrida<sup>26</sup>, Holmes (2005, p. 122 e seg.s) equivale a um excesso de *logocentrismo* (crença na existência num sistema universal de pensamento e na possibilidade de um significado autêntico, passível de veiculação) e de atenção dados à *interacção* e em contrapartida a uma subvalorização da *integração*, levando à ênfase nas comunidades como prática de preferência às comunidades como fenómeno em que a necessidade de “reconhecimento” se manifesta como denominador nas trocas sociais e ao sonogamento de até que ponto a participação está nelas sujeita à dinâmica projectiva em que o *Eu* sempre se confronta no *Nós* (Honneth, 1995, 2012) e em que os actos de mediação interna (intracomunicação) não são menos

<sup>25</sup> Análoga linha interpretativa encontra-se ainda em Berry (2011) e em especial em Kitchin e Dodge (2011). Para os últimos, linguagem do nosso tempo, o software “é intensiva e intimamente entretido na constituição (*fabric*) das vidas das pessoas de formas diversas e significativas, ainda que frequentemente banais (...) assim moldando a organização sócio-espacial, os processos e as economias, junto com as culturas discursivas e materiais e a construção das identidades e significados pessoais levados a cabo pelos indivíduos” (*op. cit.*, pp x-xi). Numa linha congruente com A. Feenberg (*cf.* abaixo, p.297), sem porém lhe fazerem qualquer menção, gizam assim a expressão “código/espço” para descrever a situação em que “software e espacialidade se tornam mutuamente constitutivos, isto é, se produzem um ao outro”, em que “a espacialidade é um produto do código e este existe para produzir uma determinada espacialidade” (*idem*, p. 16), distinguindo quatro níveis sobre os quais tal poder de codificação se exerce: objectos, infra-estruturas, processos e montagens (*assemblages*).

<sup>26</sup> A desconstrução do *logocentrismo* em Derrida conduz todavia igualmente ao cepticismo quanto à possibilidade constringedora/estruturante da língua (ou para esse efeito do código/software, entendido como linguagem) - *cf.* Ritzer e Goodman (2004, p. 584). De facto, nos seus termos em que, que tal como Goffman, se recorre à metáfora do teatro, seria argumentável que a Web 2.0 instituiria a possibilidade de cada um se tornar autor do seu próprio guião, vendo nas plataformas em linha a possibilidade de os participantes levarem a cabo um tipo de encenação e comportamento mimético (*play*) mais livres e desestruturados. Como a seu tempo se verá, muitos estudiosos das redes – entre os quais notavelmente Blau – porém, conquanto reduzam o “reconhecimento” à “gratificação”, acrescentam-lhe a consideração dos seus efeitos homofílicos, que na cibernética poderíamos equivaler à propensão auto-organizadora dos sistemas a expensas da redução da entropia (Ashby, 1963) e do incremento da ordem pela capacidade do estabelecimento de fronteiras (Maturana & Varela, 1992) bem como, na fase pós o seu próprio *reflexive turn* (Littlejohn & Foss, 2009, pp. 285-290), ao reconhecimento de que nos mecanismos circulares de *feedback* as reacções dependem não de estímulos indiscriminados mas do reconhecimento das *diferenças* (Bateson, 1972), enquanto as sociologia do jogo e do lazer indiciam o carácter heterotópico, excepcional e inconsequente do *play* (a excepção que prepara para a regra). Assim, finalmente, parecem ser estes que (a mobilização de) Derrida descuro; a dimensão de auto-policiamento implícita na produção narrativa, que por seu turno Foucault - a par do efeito panóptico e das condições da produção do conhecimento como factor de governo - destaca enquanto factor disciplinador, e a possibilidade de nela, como acto hermenêutico, a busca da intersubjectividade funcionar como travão natural e auto-imposto. Neste particular, em Lefebvre a crítica da metafísica do signo é mais radical, sem porém ser mais convincente. Ele posiciona o problema no plano sensorial, vendo a solução na necessidade de transcender o signo gráfico *tout court*, mormente pela recuperação do tacto na comunicação. Holmes, em contrapartida, sugere que estes (meios e espaços de comunicação digital) seriam mais contemplativos e auto-focados do que habitualmente propalado, sem por isso deixarem de ser, no nosso ponto de vista, menos constringedores.

relevantes do que os de inter-mediação externa (ou comunicação interpessoal)

Desta forma, nas páginas que se seguem começaremos por expor os contornos do encontro dos sistemas de informação geográfica com a computação ubíqua e senciente através da webgeoespacial e da internet móvel 2.0, identificando subsequentemente na teoria pontos de entrada e plataformas de entendimento que permitam articular as problemáticas suscitadas através das diversas noções de escala<sup>27</sup>, evitando, tanto quanto possível tanto a *ilusão da transparência* como a da *opacidade*.

## 2.1 WEBGEOESPACIAL. DA CONVERGÊNCIA ENTRE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA, COMPUTAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Os sistemas de informação geográfica (SIG ou GIS, no acrónimo inglês) caracterizam-se por conjugar hardware, software e utilizadores de forma a permitir a captura, armazenamento, recuperação, gestão, manipulação, exibição, análise e modelação de dados geoespaciais (Bidgoli, 2004, pp. 23, v.II). O seu encontro com a computação, associando bases de dados digitais e sistemas passíveis de as (re)produzir visualmente, mormente através da geração de mapas, iniciou-se na década de sessenta do século XX (McMaster & Uery, 2005). Tipicamente tratava-se de sistemas especializados, implicando competências particulares de programação, elevados custos de software e a posse de meios de cálculo electrónico inacessíveis à generalidade da população. No final do milénio, com a abertura do GPS ao uso civil (Milner, 2016) e o advento da “Web 2.0” (O’Reilly, 2005), permitindo através das plataformas *online* deslocalizar os recursos de computação e facilitar o acesso mediante interfaces disponíveis a partir de qualquer navegador genérico, o GIS iniciou uma fase nova de popularização fazendo com que nascesse uma etapa na sua adopção que, entre as designações mais comuns, alternativamente se tem vindo a chamar por nomes tais “webgeoespacial”, “neogeografia” e “web mapping 2.0” (Haklay, Singleton, & Parker, 2008).

Não existindo uma definição padrão para o que seja a “webgeoespacial”, o cruzamento da computação pessoal com os SIG (Gordon & Silva, 2011, p. 24 e seg.s; Scharl & Tochtermann, 2007) pode alternativamente perspectivar-se colocando o ênus eminentemente do lado da primeira ou dos segundos, olhando-a ora como o uso da tecnologia SIG para melhorar a funcionalidade das aplicações web (*SIG para a Web*, enfatizando o advento dos serviços baseados na localização) (Heinemann & Gaiser, 2014) ora do lado da geografia, como o uso da Web como plataforma para produzir dados geográficos, permitindo a colaboração e o enriquecimento das capacidades dos SIG (*Web para os SIG*) (Elwood, 2006, 2009; Shankar, Yun-Wu, Castro, *et al.*, 2012; Sui, Elwood, & Goodchild, 2013),

---

<sup>27</sup> A “escala” dos fenómenos, termo próximo da semântica da geografia humana (Brenner, 2001; Gregory, 2009, pp. 664-666), onde surge conotado com a dimensão e integração vertical das relações sócio-espaciais (Jessop, Brenner, & Jones, 2008) e enquanto construto integrado na própria produção do espaço (Marston, 2000), pode de outro modo ser correspondida em termos de “efeitos mediáticos” (Rosengren, 1994, p. 6) à discussão sociológica da “ligação micro-macro”, englobando analiticamente na primeira dimensão “encontros e interacção padronizada entre indivíduos incluindo comunicação, troca, cooperação e conflito” e na segunda “aquelas estruturas da sociedade (grupos, organizações, instituições e produções culturais) que são sustentadas por mecanismos de controlo social e que constituem tanto oportunidades como constrangimentos para o comportamento individual” (Alexander, Giesen, Münch, *et al.*, 1987, p. 356). Dinâmica recentemente elaborada por Turner (2010b, 2010c, 2012), escalpelizando ainda a dimensão “meso”, intermédia.

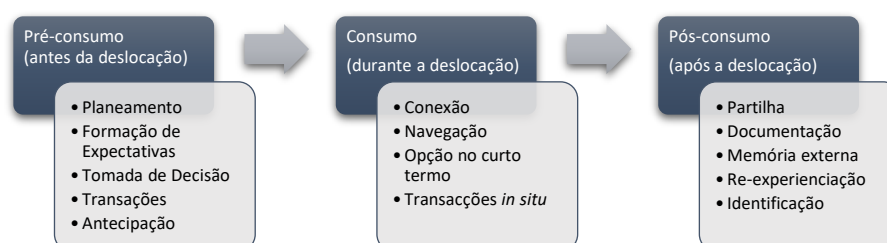
enfatizando neste caso a agregação da inteligência colectiva através dos sistemas participativos e a constituição de novas geografias pessoais.

Em todo o caso é evidente que a introdução da localização na comunicação veio estreitar a distância entre a localização física e as redes sociais sobretudo quando, a partir da segunda metade da primeira década do novo milénio, com a crescente mobilidade da Internet através da generalização do acesso sem fios, da miniaturização e convergência da tecnologia (*cf.* Quadro 2.1) mediante advento dos *smartphones* – compondo por seu turno a assim chamada “Internet Móvel 2.0” (Kuklinski, Brandt, & Puerta, 2008) –, a informação geográfica passou a integrar sistematicamente os novos média (Cranshaw, Toch, Hong, *et al.*, 2010; Goggin, 2013) dando azo aos “média locativos” e aos “serviços baseados em localização” (SBL ou LBS, no acrónimo inglês), os quais consistem em sistemas sensíveis ao contexto, integrados no ambiente computacional móvel, que considera a localização dos utilizadores como um factor significativo e dinâmico afectando a informação e os serviços disponibilizados (em suma, em aplicações que utilizam o conhecimento da localização dos utilizadores para lhes fornecer em função informação com relevância contextual.).

Entre as aplicações mais comuns dos SBL incluem-se (Evans, 2011, 2015; Khosrow-Pour, 2008, p. 2456 e seg.s; Küpper, 2005; Perusco & Michael, 2007) aproveitamentos a nível da *gestão de crise* (tipicamente de uso institucional, como no dado pelo serviços de protecção civil); *serviços de navegação* (permitindo o planeamento de percursos e a maximização das deslocações); *serviços de informação* (apoiando os indivíduos em viagem, como forma de “páginas amarelas”, fornecendo informação e propostas de entretenimento locais); *anúncios e marketing* (admitindo formas direccionadas de publicidade); e *tracking* (mormente a nível da gestão de frotas, mas também dos próprios dispositivos, em caso de roubo, e de pessoas e animais, por exemplo quando integrados nas “coleiras” dos últimos).

Actualmente, tendo integrado formas de realidade aumentada, como, por exemplo, no ecossistema Google, através da conjugação dos Google Maps com o Google Earth, o Google Street View e o Google Indoor Maps, a geoespacialização da web permite ainda de forma crescente aos utilizadores empreenderem formas de mobilidade e imersão virtual nos lugares, admitindo uma

**Figura 2.1. A Internet perante as necessidades do viajante nas diversas etapas da viagem física**



*Apud* Fesenmaier, Gretzel, Hwang, *et al.* (2004)

aumentação do espaço e formas de turismo alternadamente mediado, físico e imaginário (Jensen, 2010). Elas apoiam a deslocação no espaço físico, nas suas diversas etapas (*cf.* Figura 2.1) mas também

admitem formas de imersão virtual em espaço real e sobretudo, imiscuem as dimensões cartográfica, informativa, emocional e social dessa experiência. Integrados em plataformas sociais, os mapas deixaram assim de ser meras representações visuais, eles passaram a constituir interfaces sociais através das quais os utilizadores acedem, alteram e produzem informação em rede; comunicando-se a si próprios e interagindo com outros utilizadores em função da informação espacializada (Gordon & Silva, 2011, p. 29; Silva, 2006).

De um ponto de vista técnico, as tecnologias de posicionamento (LaMarca & de Lara, 2008) constituem uma tendência afluyente cujos limites, mormente os do próprio sistema GPS – dependente da captação do sinal de satélites em órbita e optimamente de uma linha de vista desobstruída que não só limita a sua eficácia a ambientes fora de portas como é sobremaneira onerosa em matéria de consumo energético e, por vezes, lenta, mormente na aquisição das efemérides necessárias para iniciar o sistema – se têm vindo a tentar colmatar.

Para tal, as soluções emergentes envolvem o desenvolvimento de sistemas de posicionamento interior (SPI ou IPS, no acrónimo inglês), entre os quais se antevêm possibilidades tais o *posicionamento magnético* (Chung, Donahoe, Schmandt, *et al.*, 2011) – que retiraria partida do reconhecimento da localização a partir das assinaturas magnéticas individualizadas das estruturas edificadas -, *beacons* (como o sistema da Apple, usando a tecnologia de *bluetooth* de baixo consumo nos aeroportos) e sistemas de navegação por estimativa (*dead reckoning*), passíveis de calcular a posição do utilizador incrementalmente, em função do seu padrão de deslocação por referência à última posição conhecida.

### **Quadro 2.1 – Elenco parcial de tecnologias suportando directa e indirectamente a espacialização da informação**

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tecnologias de comunicação sem fios tendentes à construção de WPANs (redes pessoais sem fios), WLANs (redes locais sem fios) ou WMANs (redes metropolitanas sem fios):             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ IrDA</li> <li>○ <i>Bluetooth</i></li> <li>○ <i>Wi-Fi</i></li> <li>○ Wi-Max</li> <li>○ GSM/GPRS/EDGE/UMTS/HSDPA etc...</li> </ul> </li> <li>2. Tecnologias de geolocalização exterior:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ GPS (e AGPS) (EUA)</li> <li>○ Glonass (Rússia)</li> <li>○ Galileo (União Europeia) - em desenvolvimento.</li> <li>○ BeiDou (China) - em desenvolvimento.</li> <li>○ Triangulação de torres GSM, UMTS etc..</li> </ul> </li> <li>3. Tecnologias de geolocalização interior (emergentes):             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Posicionamento magnético (Chung, Donahoe, Schmandt, <i>et al.</i>, 2011),</li> <li>○ <i>Beacons</i> (variantes da tecnologia <i>Bluetooth Low Emerge</i>)</li> <li>○ Navegação por estimativa (<i>dead reckoning</i>)</li> </ul> </li> <li>4. Tecnologias de identificação (permitem a recuperação de informação por proximidade aos objectos):             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Código de Barras</li> <li>○ RFID</li> <li>○ NFC</li> </ul> </li> <li>5. Tecnologias de armazenamento de massa portáteis (permitem incorporar grandes volumes de dados, inclusive informação geoespacial <i>off-line</i>, mas também constituem formas de memória protésica):</li> </ol> |
|--|

- USB *stick*
  - Cartões de Armazenamento: SD/SDHC, Memoro Stick Duo, *CF.*, XD etc.
  - Armazenamento baseado na rede/nuvem
6. Tecnologias passíveis de reunir informação sobre o ambiente físico:
- Sensores de luminosidade, radiação solar (espectro UV), temperatura, humidade e pressão atmosférica
  - Sensores de deslocação/aceleração e inclinação
  - Bússola (indicação do norte magnético)
7. Tecnologias passíveis de proporcionar formas imersivas:
- Realidade Aumentada (*e.g.* Layar, Google Glasses)
8. Tecnologias passíveis de proporcionar formas de viagem virtual:
- Panoramas 360° (*e.g.* Google Street View)
  - Fotografia 3D (anáglifo)
  - Google Cardboard e similares

Para um aprofundamento da dinâmica dos sistemas tecnológicos recomenda-se, neste ponto, a consulta do Anexo A, mormente a sua segunda parte, “Breve história, lugar, funcionamento e momentum dos sistemas de posicionamento global por satélite no ecossistema mediático”, p. VI e seg.s. onde entrecruzamos as dinâmicas de evolução e mercado do GPS e das comunicações móveis.

#### 2.1.1 CONCEPÇÕES DE ESPAÇO E DE COMUNICAÇÃO: TRANSMISSIONISMO *VERSUS* RITUALISMO

A integração da geolocalização na comunicação não surge, porém, *ex nihilo*, nem os seus desafios se resumem a questões estritamente “técnicas”. Do ponto de vista da teoria social, as suas implicações podem ser compreendidas articulando a história do espaço de Lefebvre que, consoante se viu (*cf.* acima, p. 17 e seg.s), contrasta o espaço pré-moderno, experimentado como qualitativo, absoluto, heterógeno, histórico e feito de um horizonte eminentemente local, com o espaço quantitativo, abstracto, homogéneo e fluido da modernidade industrial; espaço instrumentalizado que sustem a lógica da circulação dos bens, segmentado e geometrizado para melhor poder ser gerido à distância.

Neste particular, Denicola (2006, p. 257) chama agudamente a atenção para um paralelismo entre o pensamento do autor francês e complementarmente dois pensadores eminentes do encontro da comunicação com a cultura. Respectivamente: James Carey (2009) e Jonathan Crary (1990, 2001), figuras igualmente atentas à análise histórica e à evolução das tecnologias da comunicação no decurso do século XIX.

Assim, através do primeiro, é possível estabelecer uma analogia entre a divisão tipo do espaço como abstracto e absoluto, respectivamente, às concepções da comunicação como transmissão e como ritual (Quadro 2.2) em que “o caso arquétipo da comunicação sob a visão da transmissão é a extensão das mensagens através da geografia para o propósito do controlo, o caso arquétipo da visão ritual é a cerimónia sagrada que atrai as pessoas juntas numa fraternidade” (Carey, 2009, p. 19). O primeiro paradigma, tornado possível especialmente a partir da invenção do telégrafo (segmentador entre comunicação e transporte, até aí equivalentes. *Cf.* abaixo, nota 223, p.IV), típico do estudo dos Mass Média e das indústrias culturais, enfatiza a comunicação como *interacção*, veiculação e distribuição da informação no espaço. O segundo, enfatiza a manutenção da sociedade no tempo e a função da informação na representação das suas crenças partilhadas, aproximando a comunicação dos étimos

comunicar (“pôr em comum”), comunidade, e comunhão, como *integração* (base das formas sociativas), compondo uma visão que o autor, pioneiro dos Estudos Culturais nos EUA, inspirado no pragmatismo de Dewey e na teoria da acção social de Weber, entende mais adequada – *cf.* Subtil (2006, 2014a).

**Quadro 2.2 - Comparação entre as perspectivas transmissionista e ritualística da comunicação**

<b>Perspectiva transmissionista</b>	<b>Perspectiva ritual</b>
Preocupada com o conteúdo	Preocupada com o meio
As notícias como informação	As notícias como drama e performance
Os indivíduos interagem uns com os outros	Os indivíduos interagem com o meio
Logôcentrica – os indivíduos restauram a presença. Centrada na palavra/discurso como veículo do significado.	Simulacros – o acto de comunicação não se refere além de si próprio. Centrada no mimetismo, no comportamento como significativo.
Os média “medeiam” a realidade	Os média produzem a realidade
Interacção	Integração

*Apud* Holmes (2005, p. 135)

Crary, em contrapartida, permite uma ligação ao projecto de Lefebvre quanto à vida quotidiana e à explanação de como ela tende a reproduzir o espaço abstracto (como os espaços representacionais são permeados pelas representações do espaço), mediante análoga ligação entre o advento das tecnologias, mormente de visualização, e o projecto de manipulação da “atenção” na modernidade associado à constituição do *self* como reflexivo. De outro modo um tema que tanto MacCannell (*cf.* abaixo, p.XLIV) como Rojek, Urry e Larsen (*cf.* abaixo, p. 196) preferem formular como ênfase da “cultura visual” e, aplicado em particular ao turismo, como *gaze* (Urry, 2002b; Urry & Larsen, 2011).

Na visão de Crary a webgeoespacial pode assim ser compreendida como técnica e arquitectura observacional, parte de um aparato histórico tendente à reconfiguração da percepção espacial, “dotando o observador de uma nova autonomia perceptual coincidente com a sua conversão em sujeito de um novo conhecimento e de novas técnicas de poder” (Crary, 1990, p. 79), de forma a, sob a acção recíproca dos campos económico e cultural (congruentemente, *cf.* Do connexionismo como novo espírito do capitalismo. Uma reapreciação da cultura digital nos termos de , p. 111 e seg.s), produzir um sujeito mais produtivo, “conformando novas funções do corpo a uma vasta proliferação de signos e imagens indiferentes e convertíveis” (*idem.* p. 149), coincidente com a introdução na academia do funcionalismo e na indústria cultural e do entretenimento com a invenção do estereoscópio, dos panoramas e demais dispositivos sinópticos (*cf.* abaixo. p. 197 e as notas correspondentes para outras análises que tais), enfatizando a produção de formas de semelhança. Parte de um movimento para a homogeneização e disciplinação do processo perceptivo que constitui nos termos de Lefebvre uma das necessidades presumidas na constituição do espaço abstracto (e que Foucault por seu turno identifica como processo de “controlo biopolítico”), em que, coincidentemente, se constata que a insistência “num espaço objectivo, compreensível e representável promove certas agendas políticas”, nas quais “o conteúdo das imagens é menos importante do que a incessante rotina de movimentação de um cartão para o outro, produzindo o mesmo efeito, repetidamente, de forma mecânica (...) transubstanciando uma visão

compulsiva e sedutora do ‘real’ (ibidem, p. 132).

Nesta conspexão, de acordo com a qual “o espectáculo não constitui uma óptica mas uma arquitectura do poder” (tal a denúncia do situacionismo de Debord), em que o relevante, de facto, é menos o exercício da visão, enquanto tal, do que a proposição daquilo que pode e merece ser visto (na definição daquilo tido por “importante”), as tecnologias de informação geoespacial, integradas nos discursos e práticas de governação, constituem formas de secreção e de versão do espaço mental sobre os espaços de representação; do espaço concebido sobre os espaços vivido e percebido<sup>28</sup>.

Congruentemente, o cruzamento de Lefebvre com Carey e com Crary indicia que uma sociedade marcada por uma *inclinação* (Innis, 2008, p. 33) para mitificar os meios electrónicos (Mosco, 2004) é uma em que estes contribuem para instituir um espaço *a priori* metrificado, “reduzindo espaço e tempo ao serviço do cálculo do comercialismo e do expansionismo”(Carey, 2009, p. 103). Conspecto em que, em suma, a webgeoespacial emerge enquanto ferramenta política, parte do moderno projecto de constituição do *self* como processo comunicativo de autodescoberta e auto-regulação (Poster, 2006, p. 116 e seg.s) através da domesticação da “atenção” pelo desenvolvimento de uma cultura da observação em função dos respectivos aparatos tecnológicos, incluindo mais recentemente os “ecrãs” como *building blocks* sugestivos da identidade, desempenhando a função de intermediação entre o indivíduo e o meio; parte de um *spatial fix* que promove a ideia do controlo sobre e da crescente irrelevância do espaço como correspondência natural face à organização em fluxos do capital e a mobilidade cultural à semelhança da mobilidade financeira.

Os sistemas de informação geográfica constituem sobretudo um império das representações do espaço (*cf. abaixo*, Mapas, mentiras e vídeo. O espelho cartográfico, p. 64 e seg.s) porém, tal como Lefebvre admite a possibilidade da inversão dos efeitos do espaço abstracto mediante a ênfase nas suas contradições que geraria um espaço diferencial e na possibilidade da recuperação da taticidade contra a abstracção gráfica do signo, e tal como Lash antevê algo de simultaneamente manipulador mas igualmente emancipador no individualismo estético (*cf. abaixo*, p. 119), Crary (2001, pp. 4-5), por seu turno, admite que “ingrediente inevitável de uma concepção subjectiva da visão: a atenção é o meio mediante o qual o observador individual pode transcender as limitações subjectivas e tornar a percepção a sua própria e em que ela (atenção) constitui ao mesmo tempo um meio pelo qual o perceptor se torna aberto ao controlo e à anexação pelas agências externas”, enquanto, em Carey, tal movimento implica privilegiar a visão ritualística da comunicação, enfatizando (novamente, tal Lash) o localismo, o particularismo e a integração social como fontes passíveis de gerar uma interpretação mais autêntica e orgânica do espaço.

Como a seu tempo se verá este movimento dialéctico, de recuperação de elementos pré-modernos, contrastando os níveis de escala da “sociedade” (marcada pela “impessoalidade” do *estranho* e pela “distância” do *flâneur*) e da “comunidade” (marcada pela “proximidade” do *vizinho*) é recorrente. A síntese entre a comunicação como transmissão e como ritual e da percepção como manipulada e

---

<sup>28</sup> No mesmo sentido vão entre outros as análises da “cidade de bits” de Mitchell (1995) e dos “protocolos audiovisuais” de Virilio (1994). *Cf.* por ex. a introdução de Tim Lenoir à obra de Hansen (2004) bem como Armitage e Bishop (2013).



manipuladora, “estruturada e estruturante”, na acepção de Bourdieu, constituem estratégias adoptadas ainda tanto por Couldry (2003a) como por Maffesoli (1996), que vê nas “neotribos” contemporâneas as qualidades dos *bünde* de Schmalenbach, síntese vocacional da fórmula sociativa da *fraternidade* com a moderna *mobilidade*.

## 2.2 ONDE A COMUNICAÇÃO ENCONTRA O LUGAR. PARADIGMAS, INTERSECÇÕES, IMPLICAÇÕES E COMPLICAÇÕES

Ver a árvore na floresta, que o mesmo é dizer entender a emergência dos meios pessoais de comunicação, móveis e massificados (Campbell & Park, 2008; Gumpert & Cathcart, 1986; Katz, 2008) no conspecto das preocupações e das grandes tradições das Ciências da Comunicação remete, segundo se viu, para um posicionamento em termos dos grandes paradigmas teóricos-epistemológicos por um lado e em termos da escala dos fenómenos, do outro, cruzando-os, para os nossos fins, prospectivamente, com as problemáticas particulares da computação mediada por computador e das tecnologias da localização segundo o prisma da teoria sociológica identificada como relevante e aplicável. Exercício de síntese a que respectivamente nos damos no Quadro 2.3 e no Quadro 2.4.

**Quadro 2.3 - Cruzamento das grandes tradições teóricas dos estudos da comunicação com a problemática da comunicação mediada por computador, das tecnologias de localização e algumas preocupações sociológicas**

Tradição	Implicações da CMC em geral	Implicações das tecnologias de localização em particular
<b>Cibernética</b> Comunicação como processamento da informação	Mediação como interposição. Ruptura com o modelo difusionista/irradicionista (Mass Média como integradores verticais) mediante a possibilidade da interactividade entre indivíduos (estabelecimento de relações horizontais emancipadoras). A “transparência” do meio ergue-se de uma questão de redução de ruído a uma da codificação do codificador (da constituição da subjectividade através de mecanismos interactivos eles próprios alvo de codificação, mormente da orientação tácita da arquitectura e <i>affordances</i> das plataformas para a obtenção e mercantilização dos dados privados e a sugestão de dados tipos de conduta apoiando-o). Literacia Mediática como determinante da participação. Ashby, leis da auto-organização das redes como homofilia (propensão dos sistemas a diminuir a entropia, estabilizando e mantendo fronteiras).	Conjugação do GPS com as redes móveis incorpora a localização na comunicação, espacializa a informação e admite <i>feedback in loco</i> . As plataformas locativas como espaço <i>híbrido</i> (Sousa e Silva). Os meios locativos como ponto de entrada que fomenta a aquisição de competências de literacia digital (de processamento e produção de informação em tal forma).

<p><b>Sociopsicológica</b> Comunicação como interação e influência interpessoais</p>	<p>Breakwell, a identidade em linha como sujeita a processos intrapsíquicos e interpessoais tendo em vista a distinção, a continuidade, a auto-estima e a auto-eficácia. A comunicação nas plataformas <i>online</i> como <i>Personal Branding</i> (Marwick). Bourdieu, formas de capital e reprodução social. <i>Habitus</i> digital e expressão do sentido de gosto. Veblen, consumo ostensivo. Os artefactos tecnológicos como alvo de consumo e exibição; a participação nos espaços virtuais como animada pela busca da <i>exclusividade</i>.</p>	<p>A deslocação como marcador de <i>estatuto</i> e expressão de <i>distinção</i> e a motilidade como forma de capital (Kaufmann, Kellerman e Kesselring). Interaccionismo simbólico, a comunicação dos lugares no espaço virtual sujeita a processos de gestão entre <i>front</i> e <i>back stages</i> (Goffman). Erosão <i>vs</i> reforço do sentido de lugar (Meyrowitz). <i>Self espacial</i>. O lugar como alvo através do qual se comunica a identidade (Schwartz).</p>
<p><b>Sociocultural</b> Comunicação como criação e activação da realidade social</p>	<p>R.Williams. A exposição/ transparência nas redes sociais como estrutura de sentimento do tempo. Boltanski/Fisher. O <i>conexionismo</i> como crítica cultural de um capitalismo que se renova. Alexander. A tecnologia como nova forma do profano; a programação como sacerdócio. Bourdieu. Prosumo digital como erosão da capacidade de definir a cultura legítima e da segmentação entre <i>haute culture</i> e cultura popular.</p>	<p>Vivência social do espaço: as plataformas locativas como espaços representacionais (Lefebvre). Os lugares como espaços rituais de exorcização das crenças colectivas (Durkheim) e a acção no espaço mediático como sua projecção (Couldry). O geocacher como consumidor omnívoro dos lugares.</p>
<p><b>Crítica</b> Comunicação como desafio reflexivo do discurso injusto/desigual</p>	<p>Marxismo Espacial. O informacionismo como <i>spatial fix</i> (Harvey). Relação entre capitalismo tardio e inovação tecnológica (Mandel) e o pós-modernismo como sua forma cultural marcada pela comodificação, desdiferenciação e consumo multinacional (Jameson). Perspectivas do Capitalismo Comunicativo (Dean) e do Hipercapitalismo (Graham). TIC como hegemonia/ideologia/<i>doxa</i> (Gramsci/Thompson/Bourdieu). A Tecnologia em geral como código técnico (Feenberg, inspirado por Marcuse) e a de comunicação em particular como utopia e mito (Mosco). O entretenimento em rede como forma de indústria cultural (Adorno) e a lógica de ludificação como emulação de e preparação para o ambiente de trabalho (Gabriel).</p>	<p>Geografia Crítica (espelho cartográfico, os mapas como objecto de manipulação, relativos e projectivos). Desigualdades no acesso e na produção de informação geoespacial. Geovigilância (Allmer).</p>
<p><b>Retórica</b> Comunicação como arte de se dirigir a um público</p>	<p>A realidade social como construção narrativa (<i>Narrative Turn</i>, Fisher, Rose)</p>	<p>Os lugares como pretexto para contar histórias (Certeau) e as qualidades do espaço como lubrificante narrativo e fomento da socialidade. Os produtos do jogo locativo como processo hermenêutico (Ricoeur). A comunicação dos lugares como parte das políticas públicas (e.g. marketing territorial).</p>
<p><b>Semiótica</b> Comunicação como processo de partilha de significado através de signos</p>	<p>O <i>self</i> repartido por múltiplos espaços como pedaços de informação (Wiley e Wittel). Derrida: crítica da capacidade intercontextual do signo. A informação como “Cavalo de Tróia” pelo qual o distante condiciona a interpretação do presente; a redacção nas plataformas sociais como <i>disseminação</i> em que a escrita assume a face dupla da leitura.</p>	<p>O lugar como significado construído e motivo de <i>atração</i> (MacCannell). Economias de Signos e Espaço em que os estilos de vida emergem como forma de reflexividade estética (Lash).</p>

<b>Fenomenológica</b> Comunicação como experiência do próprio e dos outros através do diálogo	O Mundo vivido como construção individual pela experiência (Schütz e discípulos). A mediação digital como veículo para a construção do senso daquilo que constitui a realidade social (Couldry & Hepp, 2016). A adopção tecnológica como incorporação movida pela necessidade de transparência (Ihde).	Deslocação e sentido corpóreo. O movimento como constitutivo da identidade (Farman, Merleau-Ponty, Ingold) <i>Spatial Turn</i> e Paradigma das Mobilidades: o local constituído por fluxos de pessoas e objectos (Urry).
--	--	---

Nota: “Tradições” consoante enumeradas por West e Turner (2010, p. 227) e em Griffin (2012, p. 38 e seg.s).

### Quadro 2.4 – Contextos de comunicação e implicações da computação mediada por computador e das tecnologias locativas

Contexto	Implicações da CMC em geral	Implicações das tecnologias de localização em particular
<b>Comunicação Intrapessoal</b>	Relação entre memória, auto-verificação e repositórios digitais (Van Dijck, Garde-Hansen). Os ecrãs como “espelho” propiciador de um individualismo auto-afectivo. <i>Self reflexivo</i> . O indivíduo emponderado que deve fazer escolhas biográficas (Giddens, Archer, Lash). A ideologia da transparência como manietação da subjectividade - intergilância (Jansson) e endocolonialismo (Virilio). Simmel: a interacção ( <i>wechselwirkung</i> ) como acto de criação social (externalização) e a experiência ( <i>erleben</i> ) como recepção dos efeitos sociais (internalização, integração da estrutura na personalidade).	<i>Geotagging</i> como associação das memórias aos lugares. O <i>prosumo</i> dos lugares como exercício autobiográfico. A contemplação dos produtos nas plataformas locativas como processo intractivo de comparação e verificação da própria posição (Manovich).
<b>Comunicação Interpessoal</b>	Modelo Interpessoal (Walther).	Foco de atenção comum, navegação orientada. A divulgação do lugar como <i>pista acrescida</i> . As plataformas locativas como instrumento de apoio em que na composição e comunicação dos itinerários de deslocação, as rotas surgem como exercício de conciliação com as raízes (Gilroy).
<b>Comunicação em Pequenos Grupos</b>	Silverstone: o lar como ponto focal de domesticação da tecnologia (implicações familiares). Blau, Hemmerson: Teoria das Trocas nas Redes. Problemáticas do <i>bonding</i> versus <i>bridging</i> , da <i>homofilia</i> versus <i>heterofilia</i> e da necessidade de garantir a reciprocidade na forma de recompensa explícita ou implícita nas Comunidades de Prática.	A tecnologia locativa como promovendo a deslocação e a abertura do lar ao exterior (Morley). Efeitos na coordenação, práticas comunicativas em que o GPS surge como âncora. <i>Bünde</i> (comunhões) e neotribalismo (Maffesoli).
<b>Comunicação Organizacional</b>	Orlikowsky (tese da dualidade da tecnologia).	Aproveitamento da <i>big data</i> para a publicidade e o <i>data mining</i>
<b>Comunicação Pública</b>	A Internet como <i>ágora</i> e novo espaço público.	SIG e Webgeoespacial como instrumentos administrativos.
<b>Comunicação de Massas</b>	Sítios de redes sociais como emancipação do <i>hipodermismo</i> , promovendo a comunicação horizontal entre indivíduos (Poster, Holmes).	Plataformas de redes sociais locativas como pós-turismo que concilia os meios disponíveis no ambiente. Marketing territorial.
<b>Comunicação Cultural</b>	Cosmopolitismo emancipatório como valor da globalização <i>versus</i> despótico (anti-cosmopolitismo) como sua reacção (Beck).	Viagens virtual e imaginada Realidade <i>glocal versus global</i> (Ritzer, Robertson, Hannerz, Appadurai), os

	A Globalização como <i>mélange</i> , sincretismo e diversificação de culturas (Pieterse) <i>versus</i> como veículo de homogeneização e imperialismo cultural. <i>Remix</i> como <i>pastiche</i> e mercantilização da intimidade (Jameson) Os <i>gadgets</i> como forma lúdica e <i>kitsch</i> (Baudrillard e Eco).	meios locativos como permitindo a inscrição do local no global e vice-versa. Translocalidade e transsociabilidade. “Mediatização da comunitarização” (Hepp). Sentidos extrovertido <i>versus</i> introvertido do lugar (Massey).
--	---	---

Nota: Níveis de “contexto” baseados em Pearson (2008, p. 18 e seg.s) e em West e Turner (2010, p. 32).

Por gestão de espaço, contentar-nos-emos, por ora, em destacar um par de intersecções que se antecipam como mais significativas, relegando as demais para subseqüente invocação *ad hoc*, ao longo do trabalho, e à medida que se revelem oportunas: a óptica eminentemente sociocultural do Espaço Mediático (*Mediaspace*) de Nick Couldry que, reportando-se à mútua conexão, dependência e constituição de comunicação, tecnologia e espaço, estabelece uma ponte entre a perspectiva ritual dos estudos da comunicação, a veia da tradição sociológica inaugurada por Durkheim e a sociologia bourdesiana, enunciando um programa de estudo em cinco pontos (p. 48 e seg.s); e finalmente a visão de Sousa e Silva relativamente aos média locativos como instituindo um forma de espaço *híbrido*, confluindo mais recentemente (Silva & Sheller, 2015) com a estirpe sociológica do paradigma das mobilidades na exploração das “possibilidades adjacentes” aqueles que as olham nas óptica das comunicações móveis e das tecnologias locativas (p. 54 e seg.s).

### 2.2.1 DO ESPAÇO MEDIÁTICO À MEDIATIZAÇÃO DA POSIÇÃO

A comunicação, consoante se sugeriu na abertura do capítulo, é exercício de influência e controlo, mas também, parte inextirpável de tal dinâmica, articulação entre geografia e cultura: processo social caracteristicamente situado, activo, rotineiro, pericial e hermenêutico, “no qual os indivíduos empregam símbolos para estabelecer e interpretar significados no seu ambiente” (West & Turner, 2010, p. 5). E em que, alterando as condições espaciais e temporais em que ela ocorre, “o uso dos média técnicos altera simultaneamente as condições espaciais e temporais” (Thompson, 1995, p. 22) sobre as quais os actores sociais exercem e sob as quais são exercidos pelo poder. Em que a comunicação é parte integrante dos processos de espacialização (Soja, 1989, p. 43 e seg.s) e os média dos principais veículos pelos quais determinadas noções de organização crono-espacial se disseminam na sociedade (Mosco, 2009, p. 157), mormente apoiando as estratégias de transformação do espaço mediante as quais o modo de produção capitalista assegura o seu permanente crescimento (Harvey, 1989), mais recentemente, instituindo o predomínio dos fluxos à escala global (Castells, 2010, p. 407 e seg.s).

Os meios de comunicação digitais, mormente móveis, instituem desta feita um terreno próprio, “campo social” (Bourdieu, 1991; Hesmondhalgh, 2006), “ecossistema” (Scolari, Aguado, & Feijóo, 2012) ou “ecologia” (Konijn, 2008, p. 16; Strate, 2004) face ao que, à semelhança de um disco de Petri, “um meio (média) pode ser definido como tecnologia no seio da qual uma cultura cresce; isto é, que molda as suas políticas, organização social e formas habituais de pensar” (Postman, 2000), inscritas na genética do seu código-técnico (Feenberg, 2002) como interesses e valores que, revestindo a capa de *affordances*, opções no design das interfaces e na redacção dos “termos de uso” (Silverman, 2015),

permitem formas de normatização, transformando gradualmente os hábitos e os níveis de adoção e aceitação de determinados comportamentos por parte dos seus utilizadores (Dijck, 2013, p. 19).

Eles constituem, por excelência, o campo social de produção, reprodução e luta simbólicas, instrumentos cujo poder equivale à capacidade de construção da realidade mediante o *conformismo lógico*, a aptidão de *produzir* uma concepção homogénea de espaço e tempo (condição da possibilidade de “pôr em comum”) em que, no conexionismo, “a cultura que une (intermediário da comunicação) é também a cultura que separa (instrumento de distinção)” (Bourdieu, 2001, p. 11) ou, se se preferir, em que no “espírito” e na “cosmologia das redes” (Fisher, 2010, p. 183 e seg.s), cujo discurso institui uma forma de recurso simbólico, “a interacção social incorpora as características dinâmicas dos mercados no próprio fabrico tecnológico: a *ordem escondida* da ordem espontânea, a auto-regulação, e a mão invisível são garantidas pela própria operação da tecnologia” (idem, p. 213), instituindo o primado apolítico do indivíduo contingente, nodo redundante cuja afirmação e expressão são feitas *ad hoc* num regime de aparente caos, favorecendo a afinidade estilística e electiva e a opção pela identidade a expensas do enfraquecimento do valor do trabalho e do poder regulatório e redistributivo do estado.

Ambiente perante o qual, insiste ainda Bourdieu, “contra todas as formas de erro ‘interaccionista’, o qual consiste em reduzir as relações de força a relações de comunicação, não basta notar que estas são, de forma inseparável, sempre relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes (ou pelas instituições) envolvidos nessas relações”, sendo, sobretudo, necessário atender a que “é enquanto instrumentos estruturados e estruturantes da comunicação e do conhecimento que os ‘sistemas simbólicos’ cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação”, dissimulando/naturalizando as relações de força subjacentes.

Neste sentido, os média locativos, são potencialmente mais “políticos” (entendida *latu sensu* a “política” como disputa pela obtenção, manutenção e exercício da capacidade de influir) do que quaisquer outros. Colapsando a distinção entre as navegações espacial, semântica e social (Dourish, 2006), parte da tendência para generalização das “técnicas de controlo ambiental” (Virilio, 1993, p. 11), eles permitem sobrepor a ordem simbólica à ordem das coisas no espaço e assegurar a conformidade entre a cultura dominante e as práticas materiais através da inscrição do lugar no indivíduo e do indivíduo no (seu) lugar. Articulado as dimensões actual e virtual, contribuem para definir e estruturar contextos permitindo a reinscrição espacial da simultaneidade e a reassociação dos sentidos mediato (mediado) e imediato (instantâneo) aos *locales*. No seu pior, permitem a colonização das práticas espaciais, enquanto, no seu melhor, revertem o nexo de soltura do sentido da distância e reintroduzem a proximidade na comunicação, alterando e permitindo manipular os sentidos de pertença (Thompson, 1995, p. 31 e seg.s) e de posição.

Eles reificam e aprovisionam simultaneamente os actos de violência simbólica, fomentam nos indivíduos a conformidade com a lógica do cotejamento, do conhecimento permanentemente da sua posição em relação à dos outros (inserção dos respectivos *status* e localização nos *feeds* das plataformas sociais locativas) e da necessidade da exibição do consumo inextricavelmente material e conceptual,

dos bens, serviços, lugares e ideias que os acompanham e permitem mobilizar para alimentar e crescer o seu sentido de distinção. Plasmam a vida social como economia posicional.

Assim, na relação entre comunicação e espaço, média e geografia, cultura e consumo, é tipicamente necessário articular os efeitos da integração vertical e horizontal dos média (Fuchs & Mosco, 2015, p. 10; Mosco, 2009, p. 158 e seg.s), os pólos global e glocal (Ritzer, 2004; 2011, p. 271; Robertson, 1995) e as formas pelas quais a informação circula e a cultura global permeia a local e vice-versa, mas também todos os processos e formas sociativas de permeio.

Neste particular, é possível encontrar esforços de enquadramento fino, designadamente as correspondentes ao trabalho de David Morley (2000, 2007, 2011a, 2011b, 2014), de Shaun Moores (2000, 2003, 2005, 2007, 2012) e de Nick Couldry, inclusive na sua colaboração com Anna McCarthy (Couldry, 2003a; Couldry & McCarthy, 2004).

Morley, cujo trabalho se destacou inicialmente no estudo das audiências televisivas, enformado pelo modelo de codificação/descodificação de Stuart Hall (Hall, 1973; Morley, 1992, p. 10; Williams, 2003, pp. 194-119)<sup>29</sup> e subsequentemente com a colaboração com R. Silverstone e S. Livingstone no desenvolvimento da perspectiva da domesticação da tecnologia, sob inspiração do trabalho de Bourdieu, notavelmente do seu estudo icónico da repartição do espaço na casa bérbere como expressão do *habitus* (Bourdieu, 1970; Morley, 1992, p. 312; 2014), desenvolveu ao longo dos anos uma perspectiva transdisciplinar e ecléctica q.b., convocando referências da Sociologia, da Geografia e dos ditos Estudos Culturais na compreensão da espacialidade dos fenómenos de Comunicação, de que é professor.

Fruto de quatro décadas de labor na investigação e na edição, entre o seu diagnóstico do estado do campo, que, tal Sayer (2000, p. 121 e seg.s), lhe parece excessivamente marcado pela abstracção teórica, de Morley (2000, p. 228 e seg.s) gostaríamos de reter algumas notas de cautela. Primeiro, relativamente: ao excesso de ênfase no “hibridismo”, como espécie de *passe-partout* e chave-dicotómica universal politicamente correctos na interpretação da globalização (Pieterse, 1995, 2015) em que, nas práticas alegadamente transculturais, muitas vezes o exótico continua a ser mobilizado para colorir o enfado do consumidor ocidental e em que, aplicada aos lugares de consumo, físicos, tal um centro comercial, mas também virtuais, tal a plataforma de uma rede social, a “mistura” e a desdiferenciação tendem a funcionar como estratégia de marketing favorecendo a extensão da estadia - princípio do *stay longer* (Bryman, 2004a, p. 58). Segundo, denuncia uma perspectiva etnocêntrica, focada nas condições tecno-culturais específicas do Euro Mundo, vendo na sensibilidade da Antropologia um correctivo, tal os exemplos de Horst e Miller (2006), de Mary Douglas (Douglas & Isherwood, 2003), de Certeau (1984) e mais recentemente de Appadurai (1996) e de Tim Ingold (2000, 2011) - autores que, coincidentemente, optámos igualmente por mobilizar adiante. Terceiro, à semelhança das sugestões de Wertheim (1999) e de Alexander (abaixo, nota 85, p.108) no tocante ao ciberespaço e à tecnologia da informação, respectivamente, relativamente à tendência para romantizar a nomadologia, como eivada de resíduos e conotações com o pensamento religioso, “beatificando” a

---

<sup>29</sup> Cujá insuficiência, mormente o excesso de determinação atribuído à “classe” social na recepção mediática acaba por contribuir para desmistificar, num problema que Bourdieu em parte comunga. Cf. Lizardo (2011).

figura do andante tal o peregrino<sup>30</sup>. Quarto, em relação a uma certa visão incensando o cosmopolitismo e a mobilidade que identifica com o predomínio da tradição semiótica, por um lado, e com influência do pensamento pós-colonial nos Estudos Culturais – de cujos “becos” e “rodas reinventadas” se mostra crítico (Morley, 2007, p. 15 e seg.s) - e com James Clifford (1997) e Homi Bhabha (1998), em especial, pelo outro.

Cooptando o reparo de que os últimos “estão ligados a casos históricos de mobilidade migratória e diaspórica porque vêm tais casos como instâncias empíricas do fluxo que entendem como essência ontológica da cultura”, nota que tal tende igualmente a conduzir à adopção de juízos implicitamente normativos. Mormente à ideia de que a exogamia (contacto e diversidade cultural) é melhor do que endogamia e o localismo, sonhando que “uma vez inserida na equação o factor poder, se pode dizer igualmente que o cosmopolita é simplesmente alguém empoderado para decidir quem é provinciano” (Morley, 2000, p. 231). Na linguagem de Bourdieu: que o cosmopolitismo é um valor parte dos interesses intelectuais dominantes, porque presume e integra activos da sua dotação de capital (mormente cultural e simbólico). Assim, conclui, o desafio é “evitar a romantização de qualquer ‘grande narrativa’ da nomadologia, fluidez e liquidez, desautorizando simultaneamente uma metafísica sedentarista que, sobrevalorizando o enraizamento, pode apenas entender a mobilidade como uma forma moral retrógrada de inautenticidade” (Morley, 2011b, p. 274).

À semelhança de Hesmondhalgh e Toynbee (2008, p. 12) e secundado por Moores (2012, p. 103 e seg.s), Morley (2011a, p. 230 e seg.s) argui por uma visão dos estudos mediáticos “materialista e descentrada dos média” *qua* média (Morley, 2009; Morley, Moores, & Krajina, 2014) em que, como Holmes (2005, p. 90), demonstra cepticismo relativamente ao advento de uma “segunda idade dos média” – que lhe parece um construto auto-justificativo derivado de uma visão forçada dos contornos da “primeira” – sugerindo que ao invés de presumir uma ruptura nos devemos concentrar na sua continuidade. E em que ao invés da “desterritorialização” (desmaterialização) e da irrelevância da geografia, derivada da “ingenuidade histórica” dos analistas e de um excesso de ênfase nos fluxos informativos, o interesse pelos fenómenos de “reterritorialização” (re-materialização) deve assumir primazia, em consonância notavelmente com a incorporação dos trabalho de Mattelart (1994, 1999, 2000, 2002b), de Edgerton (2006) e de Winston (1998), relativamente à história dos meios de comunicação e transporte,

Admitindo nexos na provocação de Latour (1993, p. 46) em como genuinamente “nunca fomos modernos” falar de “eras mediáticas” emerge como trabalho selectivo de purificação (Connor, 2004, p. 7; Ritzer & Smart, 2003, p. 319; Venn & Featherstone, 2006, p. 457) e oposição binária forçada (Lister, 2008, p. 326). A tecnologia acresce. A “nova” convive sempre com a “antiga” e as estratégias para lidar com as esferas “natural”, “técnica” e “social” da vida revezam de foco sem verdadeiramente alguma vez

---

<sup>30</sup> Cf. Bauman (2003, p. 274); Turner (2009); Urry (2000, p. 29; 2002b, p. 160); Urry e Larsen (2011, p. 28), Morley (2000) e particularmente, como história e síntese da presença na teoria social das diversas variantes da figura do “errante” melhor conseguida, o cap. 15 de Cresswell e Merriman (2011) e ainda a argumentação de Peters (1999a) relativamente à associação entre as figuras do andante e do cosmopolita na modernidade, emulando na mobilidade intelectual a deslocação física do peregrino, porém sem a carga dogmática da religião.

se suplantarem (Bell, 1978, p. 146 e seg.s). Outrossim, no plano corpóreo, as razões para a imobilidade (voluntárias e involuntárias) permanecem tão fortes como as para a mobilidade, bastando para o confirmar, no caso português, observar as estatísticas do INE relativamente à deslocação dos residentes (abaixo, p. XIV e seg.s) enquanto, no plano cultural, o anti-cosmopolitismo (Beck, 2005, p. 285 e seg.s; 2006) e o sentido introvertido do lugar (Massey, 1991) contrapõem-se permanente e epidermicamente ao cosmopolitismo extrovertido e ao multiculturalismo.

Em sentido idêntico a Mosco (2009, p. 14), para Morley, cooptando Massey (1992), é assim necessário indagar sobre as desigualdades de acesso às diferentes mobilidades - a “geometria de poder da ‘conexidade’” (Morley, 2000, p. 196) - integrando os constrangimentos materiais, o movimento físico e as tecnologias de transporte a par do movimento virtual e das tecnologias da comunicação, avaliando a forma como ambas desempenham um papel pivot na construção das crenças partilhadas, desde logo prosseguindo a senha que lhes é atribuída relativamente à imaginação da nação como comunidade (Anderson, 1991, p. 25; Anderson, 2005) patente na adopção de metáforas e estratégias tais as “auto-estradas” da informação de Al Gore. A força da globalização, a compressão espaço-temporal, nota, não seriam possíveis sem a redução de custos de transporte, enquanto, simultaneamente, a indústria da internet revela ser das mais geograficamente concentradas que alguma vez houve. Parafraseando a regra do jornalismo 5W+H, “o que precisamos de pensar cuidadosamente é quem é móvel em relação a quais geografias materiais e virtuais (..) quem tem acesso a o quê, como é que esse acesso é padronizado e quais as suas consequências para as experiências quotidianos de movimento” (Morley, Moores, & Krajina, 2014, p. 688).

Não muito longe, inspirados na conceptualização da violência espacial de Lefebvre (1991b, p. 289), que, à semelhança do *modus operandi* da violência simbólica em Bourdieu (*cf.* abaixo, p.101) , a define como descontinuidade entre a representação mental e a organização material que se torna naturalizada<sup>31</sup> no quotidiano das práticas espaciais, em Debord (2006, p. 12), para quem “a unificação que o Espectáculo atinge não é mais do que a linguagem oficial da separação generalizada” e glosando ainda as “paisagens mediáticas” (*mediascapes*) de Appadurai (1996, p. 35), Couldry e McCarthy (2004, p. 2) articulam o seu próprio conceito de “espaço mediático” (*mediaspace*) para descrever a mútua conexão, dependência e constituição entre comunicação, tecnologia e espaço

Ao fazê-lo, sugerem, também eles, que como espaço abstracto de comunicação os média são a forma dilecta pela qual "o espaço da ordem (social) é oculto na ordem do espaço (...) a partir do momento em que qualquer acção introduz o racional no real a partir do exterior, através de ferramentas

---

<sup>31</sup> Para uma escarpelização de como o “discurso do digital” promove a *naturalização* da tecnologia em rede veja-se Fisher (2010), em particular o cap. 7 (p. 183 e seg.s). Tal efeito encontra-se também na forma como os “Novos Média” são perspectivados e alvo de estudo, mormente quando, tal o exemplo fornecido por Lister (2008, pp. 324-339), se pretende conflar natureza e tecnologia reabilitando elementos de determinismo McLuhanita mediante a adesão entusiástica à Teoria Actor-Rede e ao menosprezo do problema da agência humana (e do poder), conotados com uma visão depreciativamente “humanista” e “culturalista” a quem é atribuída uma concepção de causalidade mecânica e linear desfasadas - e em que, em consonância a herança da filosofia grega, a *téchné* tipicamente integra a *poiesis* (Feenberg, 2005, p. 6), prática de produção humana executada sobre a natureza (*physis*), isto é, em que a tecnologia é vista como integrando a cultura e o domínio daquilo cuja essência depende de uma representação prévia à existência.



que esmagam, fatiam e cortam (...) Pois o espaço é também instrumental – de facto, a mais genérica das ferramentas.” (Lefebvre, 1991b, p. 289), constituindo a “racionalidade” (abstracção racional) uma condição do exercício da violência simbólica. Em que, passando por “ausência” distinta da “presença” concreta dos objectos e das coisas, o “espaço virtual” de facto institui e sugere a permanente representação da sua relação, submetendo a acção ao signo.

É assim asserção que os média, em particular digitais, e os processos sociais que enformam a nossa percepção e uso do espaço são fenómenos que correm a par e passo, constituindo o Espaço dos Média um conceito que compreende “não só as novas tipologias de espaços engendrados pelas tecnologias de comunicação como os efeitos que estas têm sobre os arranjos espaciais pré-existentes”. Algo que não se compreende sem atender a uma tripla dimensão dialéctica e inextirpável: correspondente aos dispositivos computacionais e respectivas infra-estruturas materiais e à forma como estas surgem embutidas nas estruturas geográficas de poder reflectindo ao mesmo tempo os interesses de sectores económicos particulares do capitalismo, para quem a acumulação surge facilitada pela mobilidade crescente, instituída como forma de discurso hegemónico mediante o qual um certo tipo de ordem foi introduzida sobre territórios crescentemente vastos. E em que “a política das imagens mediáticas e a organização económica são inseparáveis da economia do espaço”.

Assim, concluem, “o Espaço dos Média define simultaneamente a existência artefactual das formas mediáticas no espaço social, as ligações que os objectos mediáticos forjam entre espaços e as (não menos reais) visões culturais de um espaço físico transcendido pela tecnologia e pela emergência de caminhos virtuais de comunicação”.

Na óptica de quem a estuda, tal interdependência deve atender a cinco níveis (Couldry & McCarthy, 2004, p. 5 e seg.s):

1. Estudo das representações mediáticas do espaço;
2. Estudo de como imagens, textos e dados mediáticos fluem através do espaço e ao fazê-lo reconfiguram o espaço social (na terminologia de Lefebvre, estudo dos Média como espaços de representação);
3. Estudo dos espaços específicos em cada extremo do processo mediático, o espaço de consumo e o espaço de produção (de Média);
4. Estudo dos efeitos de escala, ou entrecruzamentos complexos de escala, que resultam da operação dos média no espaço;
5. Estudo de como os entrecruzamentos de escala causados pelos média são diversamente experimentados e compreendidos em locais particulares (na terminologia de Lefebvre, estudo das práticas espaciais propiciadas pelos Média).

Podemos, desta feita, enquadrar o caso de estudo empírico que adiante levamos a cabo, eminentemente na segunda e quintas preocupações de Couldry, lidando com a configuração espacial e social que resulta da plataforma do jogo móvel locativo como forma de média e exemplo de como o resultado da saturação do espaço quotidiano com imagens de outros lugares, reais e imaginários, não conduz ao colapso do lugar, mas à “subtil integração de outros lugares e agentes” no fluxo do mundo vivido. E em que, tal a orientação metodológica e epistemológica sugeridas (Couldry, 2003a), a etnografia virtual e a tradição ritual se revelarão de valia.

Couldry fornece um ponto de entrada válido quanto ao que deve comportar o estudo do *mediaspace*, porém, sem ter os média móveis e locativos especificamente em mente...

## 2.2.2 ESPAÇO HÍBRIDO. DOS ECRÃS COMO INTERFACES SOCIAIS

Com o advento da internet móvel a questão que importa responder deixou de ser como se constroem e qual a natureza dos espaços virtuais como forma desgarrada (como através da comunicação mediada a mente adquiriria uma existência solta do corpo, materializando o ideal cartesiano do *self* pensante) e sim como é que o espaço físico é reconceptualizado pela conectividade dos meios digitais (como as formas de integração possibilitadas pela mediação tecnológica constituem o ponto de contacto que articula a mente e a presença e imersão do corpo no mundo, permitindo reconceptualizar a nossa percepção e sentido do espaço). Ou seja, como é que físico e virtual, potencial e possível, se articulam?

Um modelo analítico possível é entender o espaço como constituído em múltiplas camadas e sentidos de escala co-integrados em que, na base, a localização física e o sentido de lugar surgem na comunicação digital como entidades passíveis de suportar comunicação, as quais, uma vez inscritas nas bases de dados acessíveis através das redes globais, permitem articular a identidade local dentro do ambiente global (Kellerman, 2006, p. 129). Outra possibilidade é admitir que da relação entre os dois nascem “espaços híbridos” de um tipo particular combinando interacção social, informação digital e espaço físico.

Esta última é notavelmente a proposta de Adriana Souza e Silva e do conjunto de colaboradores de quem se tem vindo a rodear ao longo da última década (Gordon & Silva, 2011; Silva, 2006; Silva & Frith, 2012) num esforço que mais recentemente a levou a aproximar-se como corolário lógico de Mimi Sheller, próxima de John Urry e com ele co-autora de uma série de obras propugnando uma sociologia das mobilidades, num volume co-editado em que reconhecem a sobrevalorização do objecto telefone móvel e da mobilidade virtual e a necessidade de abordar as tecnologias móveis com incorporação da localização também na sua relação directa com as práticas materiais de deslocação, conjugando as preocupações de três áreas disciplinares adjacentes: os estudos da comunicação, os estudiosos dos média locativos e a sociologia da mobilidade (Silva & Sheller, 2015)<sup>32</sup>.

Para as autoras, o *mediaspace* contemporâneo promove três tipos de “hibridez”: a) entre informação e ambiente físico; b) dos próprios média entre si; c) e, para quem os estuda, entre disciplinas.

No primeiro sentido, os espaços híbridos<sup>33</sup> surgem quando a Internet deixa de habitar computador de secretária e se torna móvel, tornando-se acessível não importa em qual parte do mundo físico gerando uma relação biunívoca em que não só os lugares são afectados pela informação localizada

---

<sup>32</sup> De forma complementar e análoga Crabtree e Rodden (2007) e Kabisch (2008) elaboram o conceito de “ecologia híbrida” como descrição de um processo em que as tecnologias digitais são integradas e se tornam crescentemente parte do mundo vivido. Porém, numa subtil *nuance*, mais do que a criação de um tipo de espaço “misto”, admite-se sobretudo que o encontro dos espaços físico e comunicativo resulta eminentemente no reforço e “aumento” do primeiro, à laia de Manovich (2010), que por seu turno sugere que o próprio espaço físico, da mesma forma que outrora o papel servia de suporte para a inscrição do texto impresso, se converteu num “meio” de comunicação, tornando-se progressivamente mais denso na medida em as coordenadas geográficas se converteram num suporte que passou a ser inscrito e habitado por um volume crescente de dados permanentemente acessíveis *in loco*.

<sup>33</sup> Uma linha de crítica possível relativamente ao conceito de “hibridização” é - contra as lições do evolucionismo - a presunção implícita de que existe algo de “estreme” que misturar em primeiro lugar (sejam “raças”, “culturas” ou “mídia”). Assim, se quiséssemos nós próprios enfermar de uma forma de “purismo” vocabular, “espaço recombinação”, “recomposto”, “sincrético” ou mesmo “remisturado” poderiam constituir formulações alternativas.

como ajudam eles próprios a definir a produção e o significado da última; quando os ecrãs dos telemóveis e as respectivas interfaces trazem as redes sociais para o universo material e o imbuem de novas propriedades.

Nesta óptica, semelhantemente a Cardoso (2013), admite-se que as interfaces computacionais constituem mediadores entre partes, revelando significados entre elas. Partes que podem ser indivíduos, mas também, já se viu, objectos e lugares ou melhor ainda indivíduos articulados entre si pela deslocação entre lugares e objectos. No esteio de Manovich (2002), mais do que meras placas de vidro sobre as quais se deslizam os dedos, os ecrãs são vistos como mediadores culturais, parte de um sistema de dispositivos materiais, pessoas e espaços que se influenciam e transformam mutuamente (Silva & Frith, 2012)<sup>34</sup>.

Os “ecrãs” de *tablets*, *smartphones* e similares funcionam como “interfaces sociais” e os espaços híbridos que instituem são espaços móveis, criados pelo constante movimento de utilizadores que transportam os seus dispositivos portáteis permanentemente conectados à Internet e aos outros utilizadores, transformando a sua experiência do espaço ao engastarem os contextos remotos dentro da sucessão dos contextos presentes (Silva, 2006). Já não se trata, por conseguinte, de admitir como Meyrowitz que a “lógica situacional do lugar” se diversifica em função da possibilidade de encarnar múltiplos papéis simultaneamente, ao arrepio do contexto material, mas de reconhecer que a percepção do contexto material é ela própria moldada por estes e pela forma como o utilizador em distintas condições recupera do seu círculo de amizades, do seu círculos de interesses, da sua condição enquanto turista ou jogador, a informação localmente relevante.

Segundo Foucault, entre as características da heterotopia (acima, p. 27 e seg.s) estaria precisamente a sua possibilidade de justapor num único local real diversos espaços, lugares normalmente incompatíveis entre si. Tal como as heterotopias de espaços mistos, a constituição dos espaços híbridos permite aos indivíduos reconciliar distintas condições edificando um “outro espaço” definido não por dados limites físicos, mas pela alteridade dos seus distintos interesses, fazendo com que uma dada localização se possa revestir de múltiplos significados para um mesmo indivíduo e sobretudo para cada um dos indivíduos que a cruza.

---

<sup>34</sup> Subsequentemente, Manovich (2013, p. 161 e seg.s) elaborou em maior detalhe o seu próprio conceito de “hibridização”. Laborando no segundo sentido de Sheller e Silva (a hibridização dos próprios média sob acção solvente da linguagem de programação), na sua sugestão, a utilização dos dispositivos computacionais como meta-meios por excelência teria conhecido uma primeira etapa multimediática em que os diferentes formatos coexistiam e se complementavam, preservando, porém, entidades e linguagens autónomas, permanecendo as formas de aceder e modificar os dados de cada meio compartimentadas. Com a subsequente miniaturização e convergência dos dispositivos, acompanhada da adopção da computação em rede, ter-se-ia gerado um ambiente integrado, promovidos pela particularidade da sua própria arquitectura - em que, por exemplo, se passaram a integrar comumente as APIs (permitindo a consulta e incorporação de dados entre plataformas). O software actuaria assim como catalisador de uma aproximação entre os diferentes meios gerando objectos providos de dinâmica própria e distinta, em que o todo é mais do que soma das partes e cuja estrutura se apresentaria modificada, cruzando diferentes ADNs. Por extrapolação, poder-se-ia sugerir que o código de programação que sustenta a webgeoespacial admite a permutabilidade entre as propriedades dos espaços físico e virtual, instituindo uma interface entre ambos tal que, no fluxo da experiência, tanto um como o outro podem indistintamente constituir pontos de partida ou de chegada e em que ambos permitem a redescoberta de propriedades e de informação sobre a posição e os lugares anteriormente não reconhecidos.

Em conclusão, sintetizando: o discurso do digital (Fisher) tem na estética da hibridez (Manovich) a resposta à crítica artística do capitalismo (Boltanski, abaixo, p.111 e seg.s) e no ecossistema mediático que acompanha as redes e a torna possível uma correspondência simultaneamente cosmológica (mundivisão naturalizada) e tecnológica entre a organização económica e a organização do espaço social. A webgeoespacial e os média especificamente locativos contribuem para sustentar a espacialização da globalização, ordenar as pessoas e os objectos no espaço e ao mesmo tempo esvaziar, conciliando-os, a tensão face ao horizonte local em que a maioria da população efectivamente vive. Eles cooptam o indivíduo para o espectáculo, mediatizam qualquer lugar como palco onde a performance da identidade se pode comunicar. Através da geolocalização da informação a vida social surge mais do que nunca como economia posicional e o espaço mediático deixa de ser um espaço etéreo, ele passa a admitir a *produção* (produção e consumo) simultânea dos lugares e do sentido de posição por relação a eles e aos outros indivíduos neles.

### Capítulo 3 - DO CONHECIMENTO DO ESPAÇO COMO INSTRUMENTO DE PODER

“Contemplando o mapa, começo a ver uma imagem de mim próprio. Toda a diversidade do mundo está intimada no pergaminho, mesmo se esta diversidade está intimada em mim. Uma aura de algo remoto paira sobre os seus contornos, como paira sobre a minha cabeça, clarificando o que vejo. Tanto o mapa como eu nos inclinamos para a invisibilidade do que representamos. A tensão entre nós não é aquela entre eu próprio e ele, mas a fusão das duas. O mapa e eu próprio somos o mesmo.”

Fra Mauro (1385-1459), *geographus incomparabilis*.  
Palavras atribuídas por Cowan (1996, pp. 144-145)

“O território já não precede o mapa, nem lhe sobrevive. Doravante, é o mapa que precede o território (...) que o engendra (...) os simuladores da actualidade tentam fazer o real coincidir com os seus modelos de simulação (...) (n)este imaginário representacional, que culmina e sorve o projecto louco do cartógrafo não há mais espelho entre o ser e as aparências, o real e o seu conceito”  
Baudrillard (1983, p. 2)

“A apresentação pode injectar o mapa na sua cultura, mas não obriga a que a cultura o aceite, pelo menos não sem luta, não importa como este se vista, as suas credenciais ou o peso das autoridades que o emitem”  
Wood, Fels & Krygier (2010, p. 111)

Consoante Lyotard (1989, pp. 17-21), todo o saber constitui uma prática discursiva cuja natureza não pode permanecer intocada perante a sua tradutibilidade em “linguagem máquina”, seja, de programação, promovida pela prevalência da digitalização e da informatização nas sociedades contemporâneas, a qual impõe como lógica própria a sua “explosiva exteriorização” em relação ao sujeito que sabe, a sua progressiva objectivação e mercantilização; bem como, convertido em força produtiva e alvo de normalização, a sua utilização como instrumento na competição mundial pelo poder.

Assim, as representações do espaço não se esgotam no discurso académico da produção de conhecimento sobre a percepção, apropriação e uso do espaço, sobre os quais eminentemente nos debruçamos anteriormente, elas encerram igualmente uma dimensão correspondente ao raciocínio estratégico e ao esforço estruturante dos actores institucionais, seja nacionais, seja multi e transnacionais, para quem o discurso sobre o espaço é uma forma de legitimação e o desenho dos sistemas de representação, comunicação, mapeamento, visualização e produção da informação e do conhecimento tecnologicamente mediados não são necessariamente assépticos<sup>35</sup>. Conforme se verá de seguida quem os controla tenta instrumentalizá-los, mobilizando-os como utensílios de domínio económico, nacional e corporativo antes que os indivíduos o cheguem a poder fazer à escala pessoal.

Na luta pelo acesso ao saber como condição de afluência, os estados, actores historicamente privilegiados no que toca a produção e difusão do conhecimento – determinando o sistema de ensino e respectivos currículos, aprovando e reprovando a abertura das instituições educativas, os respectivos cursos e áreas de investigação passíveis de financiamento; detendo tipicamente meios de comunicação de massas e de disseminação de informação próprios, bem como da sua recolha generalizada, através

<sup>35</sup> Cf. Meusburger (2015) e Avelino e Rotmans (2009, pp. 558-559), para quem, convergindo Bourdieu e Foucault, estruturalmente, se pode dizer que “conhecimento” e “poder” mantêm uma relação recursiva de mútua dependência em que o primeiro é condição do exercício do segundo (da capacidade de conjugar acesso, estratégias, habilidades e vontade) enquanto, simultaneamente, constitui um veículo e um produto, moldado e constituído por ele. Isto é, em que o conhecimento simultaneamente condiciona e é condicionado pelo poder e vice-versa.

das representações diplomáticas e das agências secretas *et cetera...* - surgem de alguma forma fragilizados e obsoletizados pelo discurso do liberalismo à escala da globalização e respectiva “Economia do Conhecimento” que eclipsaram o valor da “soberania” em prol dos valores da desregulação dos mercados, da inovação tecnológica e da “Revolução da Informação”; em que a “razão de estado” passou a ser secundária à racionalidade competitiva e o “bem comum” acessório ao “interesse empresarial”.

Tal é a lógica da “ideologia da transparência”, opondo a comunicação em rede, alegadamente irrestrita, em que se afirma empossar o indivíduo, a um estado-nação apercebido como factor de distorção, opacidade e ruído face à “natural” auto-regulação dos fluxos e do comércio.

Numa aproximação mais recente à mesma problemática, Castells (2010, p. 13 e seg.s) sugere a sua compreensão a partir de uma separação entre os modos de desenvolvimento "industrial" e "informacional". Esta, porém, parece artificial conquanto se pretenda implicitamente que um irreleva evolutivamente o outro. O exemplo do bem-sucedido contra-senso do "capitalismo de estado" chinês desafia a sua lógica na medida em que conjuga a um tempo modos de produção e desenvolvimento *sui generis*, reunindo características de capitalismo e estatismo, no que toca a organização e controlo do excedente bem como as respectivas relações de classe e repartição, e do industrialismo e do informacionismo, no que toca a organização dos processos produtivos, do outro. No mínimo trata-se de um caso em que o informacionismo gerou as condições de deslocalização necessárias para uma recuperação industrial. Tanto se podendo aduzir que o modelo está correcto porquanto a recuperação da base produtiva astutamente usada gerou as condições para queimar etapas numa sociedade que passou do modo agrário ao modo informacional, como que o informacionismo deu um tiro no pé e descobriu que a base da sociedade (e da prosperidade) é sempre material (e logo industrial).

A asserção da "acção do conhecimento sobre o próprio conhecimento" como base da produção de riqueza sonega que a economia internacional é um jogo de soma zero e que a partir do instante em que a informacionismo se estenda à escala global deixa ser possível aos estados individualmente pretenderem ter como vantagem comparativa o seu domínio. Neste particular o "informacionismo" e a organização em rede encerram o seu próprio paradoxo porque, facilitando as condições de circulação do conhecimento, mostram simultaneamente “os seus trunfos”. Assim, num mundo informacionista a massa crítica e a capacidade industrial continuam a ser determinantes porque em última análise leva a melhor quem conseguir aplicar o conhecimento à reconversão dos processos produtivos entre portas, mantendo o controlo sobre o excedente. A lógica das empresas transnacionais opera contra a lógica dos estados e a capacidade chinesa em conjugar ambas, mediante uma cultura particular, são vantagens decisivas.

Na verdade, o "conhecimento" só adquire valor quando aplicado. O Ocidente terá crido que podia controlar o processo sub-concessionando a execução sem ter presente que em última análise, ao contrário da dotação em minérios, petróleo e outros recursos naturais, o conhecimento, licita ou ilicitamente obtido, mormente na forma da “espionagem industrial” (Nasheri, 2005; Roper, 2014), constitui, em todo o caso, um bem intangível de fácil circulação. Deixadas com rédea solta, numa lógica

de curto prazo, as multinacionais acabaram por entregar o ouro ao bandido.

O encontro do "capitalismo informacional" com as redes globais permitiu uma prossecução do lucro que subordinou os interesses eminentemente nacionais do trabalho aos fluxos transnacionais do capital ao mesmo tempo que sob a pressão do mundo bipolar as relações assimétricas do período colonial se extinguíram, perdendo os pequenos estados o seu espaço vital. O resultado foi o endividamento crescente para alimentar as ambições de um modelo de desenvolvimento colado ao consumo e a expectativas relativamente ao estado providência que deixaram de ter sustentabilidade (Rosanvallon, 1992) porque com a estagnação demográfica perderam os recursos humanos ao mesmo tempo que abdicaram dos industriais. Processos de integração regional como a União Europeia, pensados para lhe dar resposta, acabaram assim convertidos em mecanismos excêntricos apropriados pelos protagonistas mais fortes que aprisionaram os mais fracos financiando o seu próprio crescimento através da criação da procura pela concessão do crédito, num ciclo em que saem duplamente vencedores.

Numa sociedade internacional genética e fatalmente caracterizada por relações desiguais, pela ausência de protecção coactiva e pela discricionariedade do direito e da justiça, a "globalização económica" e correspondente economia política da informação prefiguram-se segundo as linhas de um idealismo ingénuo (Graham, 2000) cujas raízes se confundem com as do próprio estado norte-americano (Iriye, 2002, p. 410). Trata-se, como sempre, de um pretexto em que sairá vencedor o protagonista mais bem capacitado para conjugar vontade com capacidade, qualidade da coerência e adequação estratégicas com volumes de território, população e capacidades económica e militar (Cline, 1994), e se a Europa dá repetidas provas de nulidade quanto à primeira, tanto os EUA como a China estão nela especialmente bem situados. Um pela eminente capacidade de condicionar a vontade alheia, mormente mediante o peso da indústria cultural, o outro pela férrea eficácia da sua coesão interna e por uma acção externa, em que o que falta em "reconhecimento" sobra em predeterminação, paciência e estratégia de longo prazo.

Por outro lado, ainda, a idealização da sociedade globalizada [a *imagem* propalada da sua *forma*, *apud* a perspectiva tridimensional do poder sugerida por Moreira (1992, p. 129)] não tem em linha de conta - porque, nas sociedades ocidentais os mecanismos de legitimação e deliberação funcionam e somos levados a esquecer-nos disso - o que *ultima ratio* continua a constituir o *mana* dos estados: o monopólio dos meios de violência, cuja importância se torna óbvia em circunstâncias limite.

O capital pode ter-se globalizado e nessa medida fugido ao seu controlo, mas o estado continua a única *sede* de poder dotada de capacidade correctiva, que derradeiramente conta. É no seu seio e pelo fazer-se ouvir nas suas estruturas que os movimentos sociais têm ou não sucesso, independentemente de as práticas comunicacionais em rede permitirem um nível acrescido de organização da sociedade civil, seja canalizando fontes de insatisfação, mormente ligadas ao risco e às questões ambientais (que junto com a emancipação da condição da mulher Castells vê como únicas forças com potencial "revolucionário"), seja pela facilidade de disseminação da denúncia. Nisso, aliás, limitando-se a prosseguir o papel que no passado já cabia e era com sucesso prosseguido pelos Mass Média de "qualidade", mormente televisões e jornais.

Em tal conspecto, os sistemas de posicionamento por satélite, a webgeoespacial, a mobilização e aplicação das tecnologias de localização, contrabalançam a tendência global para a irrelevância do espaço, contrariando a ideia de que numa cultura da virtualidade real o universo simbólico da informação mediada pelas redes flui além do local numa solidariedade transnacional feita de interesses individuais (Scott, 2006, p. 250).

A tecnologia vai hoje de encontro à localidade, reterritorializando a informação e diferenciando-a localmente de forma crescente, de tal modo que a ideia da Internet como grande *pool* heterófilo e cosmopolita, na prática, tem vindo a dar lugar à mimetização dos contextos de proximidade, sendo usada pelos indivíduos para se ligarem aqueles que lhe são próximos, enquanto a oferta e acessibilidade da "informação" a cujo acesso se atribuíam propriedades "equalizadoras" têm sido espartilhados mormente em função dos interesses económicos, seja de quem a explora para fins publicitários, seja em função de quem produz e tenta controlar os seus conteúdos (veja-se o caso das práticas de *geoblocking*), bem como no plano deliberadamente opaco e relativamente invisível da luta, posicionamento estratégico e aproveitamento dos dados resultantes, a nível da *geovigilância* e da recolha de informação, da propaganda e contrapropaganda da crescente possibilidade de usar os novos média e plataformas de comunicação virtual ao seu serviço.

### 3.1 GEOPOLÍTICA E GEOESTRATÉGIA DA INFORMAÇÃO GEOESPACIAL

A generalizada adopção das tecnologias da comunicação incorporando informação espacial tem implicações no comportamento e decisões individuais, é certo. Porém, conforme se tem vindo a sugerir, o seu impacto não se fica por aí: é igualmente necessário situá-las no conspecto alargado das geopolítica e geoestratégia da informação à escala mundial.

Quanto à palavra “geopolítica”, esta tornou-se hoje em dia num chapéu de abas largas, conhecendo uma aplicação bastante elástica que é preciso minimamente aprofundar. Numa primeira aproximação, podemos assim começar por distinguir dois eminentes sentidos de uso: um mais restritivo, chamemos-lhe *ortodoxo* e um mais abrangente, chamemos-lhe *heterodoxo*.

O primeiro, sugerimos, corresponde a uma área disciplinar que encara o conhecimento do espaço do ponto de vista estratégico e mormente do posicionamento dos estados, como instrumento passível de orientar a respectiva política externa. Como tal e como marca da água da sua génese, no final do século XIX, consoante o baptismo de Rudolph Kjellen, na sua forma “ortodoxa”, ela tende a ser cultivada e alvo de interesse no quadro dos Estudos Militares e subsidiariamente no das Relações Internacionais<sup>36</sup>.

Classicamente, os estados são aí encarados como agentes em competição pelo espaço e pela

---

<sup>36</sup> De outra forma, para uma reflexão sobre a posição do conhecimento geopolítico no quadro das modernas ciências sociais veja-se a reflexão de Peter Taylor no volume editado por Dodds e Atkinson (2000, p. 375 e seg.s). De uma forma geral a geopolítica adquiriu uma conotação negativa de que nunca se libertou em função da germinal associação à visão darwinista social das relações internacionais como luta pela sobrevivência dos mais aptos, que teve como corolário infeliz a política agressiva e racista de luta pelo “espaço vital” (*lebensraum*) empreendida pelo Terceiro Reich.



sobrevivência, conferindo-se especial atenção ao posicionamento geográfico como factor crucial, como forma de “política geográfica” ou “geografia política aplicada” (Klinghoffer, 2006, p. 102) em que se admite que a história é ao mesmo tempo uma luta pelo espaço e um fruto dos condicionamentos que ele impõe, mormente em matéria de recursos materiais e de controlo de pontos estratégicos e militares em que nem todos os actores estão igualmente dotados, concorrendo em conformidade por melhorar a sua posição. Neste quadro, são seus arautos notórios o almirante Alfred Mahan, grande teórico do poder marítimo britânico, Halford Mackinder, conceptualizador do poder terrestre e da eurásia como “pivot geográfico da história”, Giulio Douhet, teorizador do poder aéreo e da forma como este veio alterar radicalmente o exercício da guerra, o norte-americano Nicholas Spykman, geoestratega do *Rimland* e da política da contenção da URSS durante a Guerra Fria, o mal-afamado Karl Hausoffer, inspirador da acção das potências do eixo durante a II Guerra Mundial, para mencionar apenas alguns dos seus nomes mais grados<sup>37</sup>.

Na acepção geopolítica ortodoxa, em suma, o mapa mundial constitui um tabuleiro de xadrez em que as potências posicionam as suas peças e investem a sua força, disputando dadas “casas”/regiões como pontos estratégicos que permitam a um tempo conter os adversários e favorecer os seus interesses. A geografia é aí o objecto de análise e o instrumento dispositor da acção, do equacionamento dos melhores meios para atingir os fins do estado e para seleccionar onde actuar.

Num segundo sentido, conjugada com o interesse pelos estudos mediáticos, as expressões “geopolítica” e “geoestratégica” têm mais recentemente vindo a ser aplicadas compondo expressões como “Geopolítica da Informação”(Smith, 1980), “Geopolítica do Caos” (Ramonet, 1998) ou “Geopolítica da Cultura” (Mattelart, 2002a; Wallerstein, 1991).

Nesta acepção heterodoxa, a informação e a luta cultural, os valores e o trabalho das consciências são os objectos de análise e os Média constituem os instrumentos de acção e contra-acção, assumindo-se que na verdade eles instituem modernamente uma certa “irrelevância do espaço”, transversalmente ao qual surgem formas de competição geoeconómica em que o protagonista estado-nação sai minorizado e passa por seu turno a ser instrumentalizado pelas corporações multinacionais, traduzindo-se as lógicas de conflito de antanho numa gramática comum de comércio (Toal, Dalby, & Routledge, 1998, p. 125 e seg.s).

O aplicação heterodoxa pode caber em boa parte dentro da ortodoxa na medida em que a geopolítica tradicional se interessa igualmente pela cultura enquanto instrumento passível de projectar externamente a capacidade e agremiar internamente a vontade de um estado – *cf.* Almeida (1990). De outra forma a utilização nela do sufixo “geo” é algo licenciosa e dissolve o conceito pois efectivamente os ângulos assumidos têm muito pouco ou nada de preocupação “espacial” à parte uma ideia vaga de que no mundo actual a audiência tornou-se global, as opiniões públicas deixaram de estar isoladas, e, portanto, constituem vasos comunicantes em obediência designadamente à uniformidade dos valores de consumo. Constitui na verdade o exacto inverso de uma “geopolítica”: um pensamento em que a importância do factor território surge desvalorizada como categoria obsoleta ao arripio da qual circula

---

<sup>37</sup> Matérias sobre as quais Marini (1985) nos fornece porventura o mais completo e incisivo manual.

o que é apresentado como efectivamente determinante: os fluxos intangíveis de informação e capital, nas suas formas electrónicas; algo igualmente contemplado dentro do chapéu da “Economia Política da Comunicação” (Mosco, 2009; Wasko, Murdock, & Sousa, 2011).

Dodds (2005), por exemplo, equivale sistematicamente a discussão dos Média à formulação “geopolítica popular” (grosso modo, ao emprego dos média para a formação e condicionamento da opinião pública) remetendo para a resposta a questões como “porque é que os média importam em termos da formulação da política internacional?” ou “como é que diferentes tipos de média produzem diferentes tipos de geopolítica popular?” No fundo trata-se de uma glosa do tema do imperialismo cultural e do equacionamento das indústrias de produtos mediáticos como engendradoras de “armas de manipulação massiva” (Fraser, 2014), de amaciamento da vontade, de acordo com uma formulação que nada confere de “autónimo” a um campo “geopolítico” e constitui de outra forma uma discussão elaborada das vicissitudes dos Média como forma de “propaganda”.

Assim, do nosso ponto de vista, num movimento de reaproximação às raízes ortodoxas, o pensamento especificamente geopolítico dos Média (e sobretudo dos “Novos Média”) implica uma circunscrição de objecto que remete preferencialmente para os tema da **geovigilância**<sup>38</sup> (vigilância de movimentos e actividades alheias, para o conhecimento do próprio espaço através das deslocações nele empreendidas e para o conhecimento dos agentes através dos seus movimentos) e para a recolha de informação georreferenciada, para os tipos de usos dados por agências como a NSA norte-americana (Post, 2013) e cada vez mais para a problemática da introdução nos dispositivos de comunicação massificados de “alçapões” (*backdoors*) que permitam a sua exploração – mais recentemente alvo de acalorada discussão, mormente no Reino Unido e nos EUA, sobre como deve ser contemplado o acesso dos poderes públicos a mecanismos que assumidamente e por desenho permitam quebrar a privacidade e sob certas condições desfazer a encriptação dos dados.

A geoestratégia da informação geoespacial corresponde à forma aplicada deste conhecimento e destes instrumentos, à possibilidade de os usar para fins de segurança, para os quais o GPS, como sequência do LORAN, nasceu, orientando acções no terreno, mas igualmente como grande e informal manancial de inteligência que permite vigiar actividades terroristas, aferir barómetros de opinião e antecipar tendências por exemplo eleitorais em regimes adversos e assim sucessivamente.

À luz da análise foucaultiana da acção do poder através do panóptico (*cf.* acima, p.27) as tecnologias de comunicação e localização em particular podem ser assim vistas como uma forma de tecnologia política cujo efeito *ultima ratio* é a possibilidade da extensão da lógica organizacional paradigmática do presídio-ideal de Bentham, convertendo-se numa questão de distribuir os indivíduos num espaço no qual podem ser isolados e mapeados (Falzon, O’Leary, & Sawicki, 2013, p. 393; Foucault, 1975, p. 104 e seg.s; Leatherman, 2008, p. 14), instituindo formas rizomáticas e omniabrangentes de disciplina individual e biopolítica em que a monitorização das actividades

---

<sup>38</sup> Em sentido análogo para uma extensa resenha da literatura e aprofundamento teórico do tema da vigilância no capitalismo informacional veja-se o excelente trabalho de Allmer (2012). Monmonier (2002), por seu lado, oferece um panorama da história, *modus operandi* e aplicações da geovigilância com recurso às diversas técnicas de recolha de imagens, começando pela fotografia por satélite.

geográficas oferece um vasto espectro de possibilidades, incluindo lentes sobre a migração, a viagem e a distribuição de pessoas e coisas nos territórios e espaços, num processo em que a “vigilância governamental incluindo os sistemas de mapeamento e os sistemas de informação geográfica que ao longo do tempo sempre constituíram tecnologias de controlo governamental (...) operam estabelecendo normas e procedimentos estatísticos que permitem obter avaliações quanto à ameaça e aos riscos” (Crampton, 2003)<sup>39</sup>.

No plano das empresas multi e transnacionais, o aproveitamento remete ainda para a informação espacial como trunfo comercial e para a compreensão das relações entre as grandes corporações privadas e as entidades públicas, da forma como estas correspondem ou se furtam às suas solicitações. É neste caso tema grado a questão do **geobloqueio** (seja, a possibilidade de quatar acesso à informação, isolando e negando o acesso a partes da rede global – seja para fins políticos, evitando a dissidência, seja para fins comerciais, salvaguardando por exemplo direitos de autor), da possibilidade que os estados têm de quatar a circulação da informação e porventura dos quatarados em reagirem através de mecanismos com o TOR<sup>40</sup>.

Trata-se por um lado de evidenciar as relações nem sempre claras entre interesses corporativos e interesses nacionais e por outro de avaliar as reacções de contrapoder que as *affordances* da tecnologia permitem.

As representações espaciais de uma dada sociedade são espelhos de cultura e civilização e os seus mapas “reflectem as qualidades espirituais dos costumes das pessoas e servem como um olho sobre a ordem social de um dado período e local” (Klinghoffer, 2006, p. 17). A associação desta representação espacial à forma visual é porém um apanágio eminente da modernidade, da generalização da Galáxia Gutenberg (McLuhan, 1964) que facilitou o seu carácter instrumental e o advento da “razão cartográfica” (Pickles, 2004, p. 6), a mesma modernidade que a promoveu ao sentido privilegiado na constituição do *self*, contemporaneamente aprofundadas através da “Galáxia Internet” (Castells, 2007), de que as plataformas colaborativas de produção e disseminação de informação geoespacial são o instrumento.

Embora para um observador contemporâneo tal possa parecer inconcebível, historicamente, porém, nem sempre a o conhecimento espacial foi veiculado na forma escrita (seja, como “mapas” mais ou menos interactivos)<sup>41</sup>. Muito antes disso ele foi transmitido através do folclore, da dança e da cultura

---

<sup>39</sup> De facto, o poder político sempre demonstrou ao longo do tempo especial apetência pelo controlo da informação espacial, podendo um paralelo ser por exemplo estabelecido entre a degradação selectiva do sinal GPS que durante anos vigorou com a prática de D. Manuel I que, no auge do poder militar português, interditou a representação da costa de África para além do Castelo da Mina, reservando o seu conhecimento, ao mesmo tempo que vigorava a penalização com a morte para os pilotos que partilhassem informação com estrangeiros, mormente genoveses e florentinos. Para uma escalpelização histórica da relação entre conhecimento, poder e mapas veja-se Harley, Laxton, Andrews, *et al.* (2001) e em particular, sobre as políticas de silêncio, segredo e deliberada mistificação/desinformação ibérias na produção cartográfica ao tempo da expansão ultramarina, as p. 90 e seg.s.

<sup>40</sup> Rede e infra-estrutura tecnológica que depende da participação e disponibilização voluntárias de meios de forma a instituir um sistema de anonimato que permite iludir os mecanismos de análise, controlo e restrição de tráfego. Cf. <https://www.torproject.org>

<sup>41</sup> Todas as generalizações são obviamente falaciosas. Assim, é necessário reconhecer que na antiguidade europeia e nas civilizações romana e grega existia já uma notável preocupação com a geografia e com a representação pictográfica do mundo conhecido, mormente da bacia mediterrânica que na sua margem sul e na

oral, instituindo-se ritos, como os da cultura Viking, em que o conhecimento espacial era alvo de performance envolvendo o corpo ou da cultura inuíte que memorizava os seus itinerários nómadas através de canções.

A necessidade de traduzir o conhecimento espacial em mapas reforça-se assim como preocupação do estado-nação, como instrumento burocrático, à imagem da repartição napoleónica da França em departamentos, e como forma deste representar as suas pretensões territoriais e notavelmente coloniais. Quando, por exemplo, o rei Leopoldo da Bélgica se apresentou na conferência de Berlim de 1885 reclamando soberania sobre o “Estado Livre do Congo” fez-se acompanhar de uma mapa em que convertida em forma geométrica o processo de outra forma fantasioso de que tinha incumbido o célebre explorador africano Stanley: levar contra a oferta de missangas um conjunto de caciques e chefes tribais a assinar de cruz um documento com vaga consciência de que se submetiam ao poder do rei belga (Hochschild, 1998).

Assim, em suma: os mapas instituem-se como representações de poder e o GPS (cuja história traçamos brevemente na parte Breve história, lugar, funcionamento e momentum dos sistemas de posicionamento global por satélite no ecossistema mediático, p. VI e seg.s) ele próprio nasce como tecnologia militar e veículo passível de facilitar a deslocação das tropas seja em terra seja no mar bem como de conferir “inteligência” às bombas teleguiadas.

### **3.2 MAPAS, MENTIRAS E VÍDEO. O ESPELHO CARTOGRÁFICO**

Sugerimos anteriormente que uma metáfora do ambiente social engendrado pelas tecnologias da comunicação em rede como “sociedade dos espelhos” é particularmente persuasiva. Passámos igualmente em revista a forma pela qual Henri Lefebvre dá conta de como as representações do espaço são manipuláveis e abstractizáveis pelas elites tecnocráticas de acordo com o fito da manutenção das relações de poder que as sustentam e como Foucault adopta a metáfora do espelho para descrever a alteridade da heterotopia, à semelhança do ciberespaço, como um “outro espaço” (p. 27 e seg.s) intermédio. Um espaço entre espaços. Seguidamente vamos ver como ambas as perspectivas se conjugam e revelam úteis para a interpretação do particular fenómeno constituído pelos mapas enquanto mediadores por excelência de (e intermediários para) o mundo, como forma de contextualizar e enquadrar a nossa percepção da realidade. Sobre o que não por acaso Arthur Klinghoffer designa analogamente como o “espelho do cartógrafo”.

Trata-se de admitir que os sistemas de informação geográfica “reflectem percepções do espaço que são socialmente condicionadas e basicamente mentais. Eles constituem mediadores entre o mundo interno da pessoa e o mundo físico, construindo-o” (Klinghoffer, 2006, p. 7).

Ao desenhar um mapa o cartógrafo sobrepõe nele a sua própria visão do mundo, a projecção

---

cultura árabe conheceu igual fulgor, mesmo quando na Europa a Idade Média reverteu as suas preocupações para as da cosmologia e das representações mitificadas da ordem natural do mundo segundo a bíblia, da mesma forma que o sistema viário romano e os marcos miliários que dele ainda hoje nos restam como marca de água desapareceram sobre uma acção feudal de horizonte eminentemente regional. Neste sentido veja-se por exemplo Wilford (2013).

(sistema de coordenadas) porque opta obedecer a uma inscrição de categorias em função da projecção psicológica e das inclinações políticas e culturais de que está ele próprio inscrito. Na novela histórica sobre um dos mais célebres cartógrafos da renascença, Fra Mauro, o autor sintetiza-o colocando na sua boca a frase: “Contemplando o mapa, começo a ver uma imagem de mim próprio” (Cowan, 1996, pp. 144-145) – consulte-se a citação no contexto consoante reproduzida na abertura do capítulo.

Numa altura em que se sugere que a “cartografia morreu” (Wood, Fels, & Krygier, 2010, p. 111 e seg.s) e em que, mediante a georreferenciação da informação nas plataformas sociais, subsequentemente aproveitada e convertida em mapas através do esforço proactivo nos sistemas de informação geográfica colaborativos, com o advento da webgeoespacial (Scharl & Tochtermann, 2007), potencialmente todos nos tornámos cartógrafos (Haklay, Singleton, & Parker, 2008), esta frase permanece mais actual do que nunca.

O trabalho dos mapas consiste em materializar as palavras e em ligar as coisas no espaço, convertendo as forças da energia social simultaneamente em espaço social, em ordem social e em conhecimento. Tal como nas representações por detrás dos sucessivos tratados entre Portugal e Espanha ao tempo do início da expansão ultramarina – por exemplo Tordesilhas – a função dos mapas não é necessariamente a representação fidedigna do mundo como existe, mas sim em apresentar uma proposição de como se deseja que o mundo seja - no caso de Tordesilhas a inexistência por aparente desconhecimento da porção norte do continente americano era indiferente à demarcação da respectiva esfera de influência

De facto, na sua aceção ancestral, como representação estática e bidimensional do mundo, os mapas desde há muito são reconhecidos pela geografia crítica como potencialmente “mentirosos” (Monmonier, 1991) e parte do afã do “capitalismo impreso” (Anderson, 1991) que ajudou à produção dos modernos estados-nação, dentro da revolução industrial e da organização política demo-liberal, como “comunidades imaginadas” e efectivos regimes coloniais - colocando o engendramento de um espaço nacional poético (Smith, 1991, p. 14), “a terra ancestral porque lutaram os nossos antepassados”, entre outros, a par da unificação linguística e da emergência de uma forma burocrática de organização do estado e repartição da sua administração.

As características da informação geográfica disponibilizada pelas redes telemáticas exponenciaram o potencial dos mapas para servir de espelhos do mundo que mais do que o representar o reflectem e moldam (Turow & Tsui, 2008, p. 191 e seg.s). Estas características incluem:

- a crescente incorporação, dir-se-ia mesmo o primado, da informação geográfica, com a possibilidade de gerar mapas em função de interesses mais do que propriamente da topografia;
- o carácter perpetuamente mutável e em tempo real desta informação – constantemente passível de revisão e novas adições voluntariosamente levadas a cabo pelos utilizadores, ora comentando e modificando a informação já existente ora adicionando nova;
- finalmente, incluem também a possibilidade de hiperligar a informação, tornando-a mais densa com a possibilidade de remissão para desenvolvimentos quase infinitos.

Se os portulanos de outrora, sobretudo orientados para a navegação marítima, se caracterizavam pela inclusão avulsa de monstros míticos, como decoração que traduzia os receios e as vulgatas da superstição quanto a dadas zonas perigosas ou meramente mal conhecidas, os mapas digitais

actualmente gerados a pedido, muitas vezes a partir da informação introduzida pelos próprios utilizadores, estão eles próprios enxameados de motivos de evitação.

Plataformas como o TripAdvisor ou o FourSquare agregam sentimentos e opiniões dos indivíduos que normalmente os expressam em torno dos pólos extremos: “gostei muito, recomendo e vale a pena visitar” e “não gostei, não recomendo e não volto” (como se verá de uma forma geral sem efectivo conhecimento representativo, *cf.* abaixo, p.293).

Tipicamente os mapas mentem pelo critério do que neles se inclui e exclui atendendo a que por definição constituem uma simplificação gráfica da realidade. A escolha dos símbolos usados para representar dadas características, a forma como os limites – e quais se opta por incluir - são desenhados, o tipo de projecção usada<sup>42</sup>, a dimensão da escala e assim sucessivamente constituem opções determinantes da “mentira” que o mapa conta, sendo necessário ter presente que “um único mapa não constitui mais do que um de um indefinidamente grande número de mapas que podem ser produzidos para a mesma situação que se pretende representar a partir dos mesmos dados” (Monmonier, 1991, p. 2)

Para cada plataforma que permite a adição de informação geográfica, para cada interface de introdução da mesma, a “mentira” é de antemão urdida na forma das opções de programação feitas, das categorias pré-determinadas em que cabe ao utilizador enquadrar o que introduz bem como no modo como essa informação é graficamente traduzida e pelos critérios porque é passível de ser pesquisada.

Os sistemas de informação geográfica (GIS) não são, portanto, neutros. Tal como a tecnologia em geral não o é (Postman, 1985). Eles imprimem direcção à forma como a produção e a reprodução do espaço se fazem.

Como mediadores e efectivos instrumentos de comunicação as tecnologias da georreferência incorporam forte capacidade de gerar novas realidades, descoladas meramente da geografia. Tornam possíveis mapas conceptuais onde o espaço físico é secundário, traduzindo crescente soltura dele.

Enquanto os mapas tradicionais se dedicavam a representar fronteiras e repartições administrativas, decalcando a lógica de um mundo burocratizado, a representação da realidade através dos sistemas de informação geográfica digitais dedica-se a unir os utilizadores em mundos de comunhão de interesses sobre e para além dos limites administrativos.

Mais, os mapas deixaram de pretender ser representações estáticas, *raster*, passando a ter preferencialmente forma *vectorial* e a permitir a composição em múltiplas camadas escolhidas a dedo pelo próprio utilizador que assim compõe os seus mapas pessoais.<sup>43</sup>

<sup>42</sup> Atendendo à diversidade de projecções por onde se pode optar e ao facto de nenhuma delas na realidade traduzir a 100% a tridimensionalidade do mundo. Em geopolítica, por exemplo, foi a dada altura notória a opção de Nicolas Spykman por uma mapa azimutal equidistante centrado nos pólos de forma a demonstrar, em plena guerra fria, a importância geoestratégica fundamental destes, salientando a proximidade dos potenciais alvos, dada a possibilidade seja de sobrevoar com aviões seja de passar sobre as calotes polares com submarinos, e de como as zonas boreais constituem atalhos historicamente negligenciados no posicionamento dos dispositivos armados e mesmo no transcurso dos misseis transcontinentais.

<sup>43</sup> A informação apresentada no formato *raster* é basicamente bidimensional. Trata-se de um formato de imagem em forma de mapa de pixéis, descrevendo as propriedades, mormente através da cor e da legendagem, de um dado espaço, mimetizando um mapa impresso. A informação *vectorial*, em contrapartida, descreve as formas geométricas – polígonos, curvas, texto etc... - em função de vectores matemáticos e informação descritiva que

Como instrumentos de descoberta e de consulta, muitas vezes *in loco*, eles propõem e tendencialmente “impõem” tão ou mais quanto apoiam a escolha de rumos e destinos.

Em entrevista, um dos responsáveis pelo Google Maps no Reino Unido reconheceu não há muito, candidamente, algo de semelhante: “a boa cartografia tem que ver com o que não se mostra, não com aquilo que se mostra” (Ousborne, 2014) para seguidamente admitir que a geografia está nos genes do Google na medida em que a localização se tornou fundamental para inúmeras funções, incluindo a pesquisa e as compras.

Como corporação rentável, o investimento anual de cerca de um milhar de milhões de dólares da Alphabet Inc. na melhoria dos seus mapas vem, no entanto com a natural expectativa do seu retorno através dos serviços prestados e estes incluem a deliberada monetarização da possibilidade de destacar dados produtos e serviços enfatizando os locais onde eles se vendem e prestam respectivamente através da publicidade.

O admirável mundo novo prometido pelos Google Maps vem pois com um *catch*: é um mundo orientado para o lucro e distorcido em função da necessidade de o gerar, priorizando a proposição da “descoberta” por critérios de puro investimento publicitário.

“O mercado para lhe dizer onde está e onde deve ir tornou-se feérico”, sintetizava Serge Wrocklawski numa entrada icónica do seu blogue que deu brado e foi inclusive subsequentemente escolhida para publicação no *The Guardian* (Wrocklawski, 2014). O autoproclamado “hacker ético” escrevia no contexto da defesa da necessidade do OpenStreetMaps. No confronto com o Google Maps, a plataforma de informação geográfica criada sobre o mesmo tipo de governação da Wikipédia, exclusivamente pela edição directa dos seus utilizadores, parece-lhe fundamental justamente pelo regime de escolha que permite.

Ao contrário do Google Maps e similares, em que as escolhas escapam ao controlo do utilizador, o OpenStreetMaps não só é editável pelos utilizadores como “transparente” na medida em que lhe permite descarregar os dados na forma bruta e manipulá-los e à forma como são apresentados a seu bel-prazer segundo “estilos” personalizáveis.

Importante para contrariar a “verdade” imposta por uma solução monopolista cujo móbil não é a mera produção de informação, recolhendo igualmente dados sobre as deslocações dos utilizadores tendo em vista correlacionar estas com as pesquisas feitas de forma a presumivelmente fornecer anúncios mais adequados.

Tal não invalida que a generalidade dos utilizadores abdique de tal exercício de produção. De facto, no questionário por nós aplicados a uma amostra de utilizadores frequentes de tecnologias de

---

cumpra depois ao *software* interpretar e *renderizar*. A destriça encontra eco nas especificações WMS e WFS, respectivamente, que sustentam a webgeoespacial em termos de partilha de informação. Uma camada WMS é uma imagem gerada a pedido enquanto no WFS a informação é fornecida de modo a ser *renderizada* pelo cliente de forma dinâmica, abrindo maior facilidade em particular no que diz respeito à aplicação de *metatags* (texto descritivo), filtragem de dados e composição da imagem em sua função. O potencial recombinatório do WFS é por conseguinte muito maior, como maior é a possibilidade de cópia. Talvez por isso no portal do governo português consagrado ao acesso público à informação georreferenciada < <http://www.igeo.pt/DadosAbertos/Listagem.aspx>>, as camadas WFS, conquanto anunciadas, de facto raramente se encontram funcionais.

localização apenas 10,2% declara alguma regularidade em “Reportar erros, efectuar correcções ou adicionar elementos novos a um mapa”, com 61,5% a admitir que nunca o faz (ver abaixo, Quadro G.8, p.LXXIX).

Atingindo a cifra icónica de um milhar de milhões de instalações<sup>44</sup> (Toombs, 2014), o Google Maps tornou-se assim em Junho de 2014, a par do Google Mail, que tinha atingido idêntico número um mês antes, num instrumento capaz de alimentar e disponibilizar uma gigantesca base de dados comercial sobre os hábitos dos utilizadores.

Trata-se de um crescimento exponencial desde o seu lançamento, em 2009. No final da primeira metade da sua vida, os três anos até 2011, a aplicação averbou 50 milhões de instalações. Nos três anos subsequentes, até 2014, o número multiplicou-se por 20. Em 2017, mantém-se a quinta aplicação mais utilizada em *smartphones*.

A escala de adopção não traduz, no entanto, que o mundo e os detentores de telefones móveis tenham subitamente desperto para a importância e utilidade da informação geográfica. As ferramentas destas foram-lhe em larga medida postas, para não dizer impostas, no bolso através da pré-instalação em todos os dispositivos Android. Da mesma maneira que o Microsoft a seu tempo impôs o navegador Internet Explorer através da disponibilização padrão no sistema operativo Windows.

Ao contrário do Internet Explorer, no entanto, os Google Maps não são um mero instrumento de acesso. Enquanto o navegador da Microsoft em si só adquiria sentido através da abertura de páginas e conteúdos disponibilizados por outrem, independentemente dele, os Google Maps, mesmo quando usados em dadas formas de *mash-up*, propõem sempre, na base, a sua representação do mundo sobre a qual o utilizador não tem mais controlo do que escolher entre algumas camadas (se quer um mapa com estradas ou com fotografia aérea...). Toda a demais personalizações surge imposta sobre este padrão.

A representação geoespacial, por conseguinte, é naturalmente um instrumento de poder face ao qual os sistemas participativos de produção geográfica, com o OpenStreetMaps (OSM), constituem contrapoderes ou se se quiser “contra-mapas”.

Wood, Fels & Krygier (2010, p. 156 e seg.s) manifesta-se não obstante céptico quanto aos sistemas de informação geográfica participativos, esgrimindo para tal dois argumentos principais: o primeiro deriva da sua condição de decano que assistiu a discussões semelhantes ao longo dos anos e em particular nas décadas de sessenta e setenta quanto à necessidade de soltar a produção geográfica da cartografia como instrumento do estado que acabaram por se revelar improfícuas; o segundo prende-se com o reconhecimento de que a maioria dos sistemas de GIS participativos na realidade parecem contentar-se em fornecer sítios onde as pessoas podem consultar a informação, o que em si é pequena coisa no conspecto global das tarefas a que os sistemas de GIS são chamados; notando ainda que no OpenStreetMaps como na Wikipédia boa parte da informação introduzida é na verdade informação reintroduzida a partir das fontes públicas que a produziram tendo em vista o controlo administrativo.

Se o argumento relativo à ideia de que os sistemas de GIS participativos “parecem contentes em

---

<sup>44</sup> É importante notar que por “instalações” entende-se o número de contas na Google Play Store que nalguma altura descarregaram a aplicação. Não se trata de um sinónimo de “número de utilizadores” porquanto alguns destes podem ter mais de uma conta enquanto outros podem na prática instalar sem chegar a usar.



fornecer sítios onde as pessoas podem fazer consultas” parece manifestamente desprovido de fundamento quando somos confrontados com iniciativas tais o OSGEO<sup>45</sup> que de facto disponibilizam em regime de *open source* uma ampla ecologia de ferramentas para produção e processamento de informação geográfica, o argumento quanto ao facto de a produção original ser limitada pode ter algum fundamento.

Basta que nos debrucemos sobre as estatísticas dos OSM<sup>46</sup> para ver que o número de intervenientes é limitado e basta que se consultem os dados publicamente disponibilizados para Portugal para reconhecer que abstraindo alguns troços e zonas fruto do esforço militante, o grosso da informação deriva de fontes públicas.

A verdade é que a produção da informação geográfica é onerosa e a sua recolha sistemática dificilmente compaginável com os regimes de voluntariado.

### 3.3 CASOS E PARALELOS. *HEARTBLEED E LOCATIONGATE*

Segundo a perspectiva explanada, do ponto de vista do poder institucional os sistemas de informação geográfica admitem dois tipos de aproveitamentos: recolha de informação estratégica (admitindo uma “geopolítica da informação geoespacial”) e passibilidade de condicionamento do comportamento através do enviesamento na interpretação do meio (assumindo, na tradição da geografia crítica, que os mapas são inerentemente simplificações selectivas da realidade)<sup>47</sup>.

De seguida tentaremos cruzar e cotejar ambas as perspectivas e respectivas preocupações com alguns indícios, debruçando-nos para esse efeito sobre dois exemplos que nos foram fornecidos pela realidade recente, respectivamente, os casos designados *Heartbleed Bug* e *LocationGate*. Como se verá, paradigmas do conflito prognosticado por Lyotard entre os poderes e agências públicas (Bamford, 2001, 2008; Greenwald, 2014) e os interesses corporativos (Vaidhyathan, 2011; Whitehead, 2014); entre estes últimos e os interesses comerciais (Levy, 2009, 2015); e entre ambos e os interesses da sociedade civil (Mossberger, Tolbert, & McNeal, 2008) e a dificuldade em fazer da Internet uma efectiva esfera pública, mormente em virtude da desproporção de meios entre o voluntarismo da cultura participativa do *open source* (Dijck & Nieborg, 2009; Tapscott & Williams, 2007) e da respectiva ética hacker (Himanen, 2001; Olson, 2012) e os meios e poderio económico detidos pelos protagonistas institucionais.

Assim, o ano de 2014 deu-nos, neste particular, um excelente exemplo que ilustra tanto as ambiguidades da primeira como as respostas da segunda. Trata-se da descoberta da vulnerabilidade de segurança na popular implementação OpenSSL do protocolo criptográfico TLS (*Transport Layer Security*) que foi baptizada como “Heartbleed Bug”<sup>48</sup> (nome da extensão afectada, introduzida em 2012).

<sup>45</sup> Homepage: <http://www.osgeo.org/>

<sup>46</sup> Disponíveis por exemplo a partir de: <http://osmstats.neis-one.org>

<sup>47</sup> Em sentido análogo Michael e Michael (2011) enfatizam que a passibilidade de interconectar pessoas e coisas se tornou no propósito dominante da Internet das Coisas e que os serviços baseados na localização e a webgeoespacial constituem em tal processo um bloco fundamental, propenso a criar um estado de sobrevigilância com quatro tipos de implicações: controlo, confiança, privacidade e segurança.

<sup>48</sup> Cf. <http://heartbleed.com/>

Para percebermos as implicações temos primeiro que enquadrar a história e a natureza do problema. Assim, originalmente fundado em 1998, o OpenSSL constitui um projecto *open source*<sup>49</sup> com o propósito de desenvolver um conjunto de ferramentas de encriptação passíveis de aumentar a segurança dos diversos protocolos usados pela Internet. Aplicada à transmissão de dados entre dois dispositivos em rede, a encriptação consiste grosso modo numa técnica de ofuscação dos dados pela codificação da informação na sua forma básica (bytes) de tal modo que em caso de intercepção nalgum nodo intermédio por onde passe o conteúdo desta se apresente de forma aparentemente aleatória e indiscernível. A sua leitura/interpretação só se torna possível pelo conhecimento de “chaves” que, trocadas entre o servidor e o cliente (tipicamente um navegador), permitem a descriptação.

Dado o carácter pioneiro e a natureza *open source* as soluções do OpenSSL foram massivamente adoptadas na Internet, em cujo mercado de servidores os sistemas Unix continuam a deter uma quota de mercado elevada e significativamente superior à mantida no mercado dos computadores pessoais. No início de 2014 estimava-se que o seu uso correspondia a cerca de 2/3 de todos os servidores da Internet.

Por conseguinte, uma vulnerabilidade com tal expansão num mecanismo cuja razão de ser é garantir a segurança constitui uma das maiores derrotas desta alguma vez experimentadas na história da Internet.

A vulnerabilidade em causa correspondia a um *bug*<sup>50</sup> nalgumas linhas de código de programação que fazia com que a chave ficasse exposta na memória do servidor, podendo ser obtido por programadores com conhecimento de forma a de facto anular o efeito da encriptação, acedendo assim à comunicação e a parte dos dados. O problema era tanto mais grave quanto este acesso se podia estender aos próprios mecanismos de autenticação, leia-se às contas crescentemente usadas como “passaporte universal” – através da generalização de mecanismos tais o OAuth – de forma a que uma conta do Google ou do Facebook possam servir para acesso a uma miríade de outros sítios e plataformas.

Naturalmente, o acesso aos dados de autenticação dos utilizadores a esta escala levantava problemas, não só de privacidade como inclusive de segurança a nível dos pagamentos na medida em que subitamente na posse do acesso à conta de e-mail pessoal um *hacker* malicioso poderia por exemplo fazer o *reset* à conta de PayPal de um indivíduo, retirando daí dinheiro e assim sucessivamente.

Definitivamente grave, ainda assim, conquanto situado “meramente” como distração ou incompetência de um programador ele não teria implicações de maior. Porém, outras começaram a surgir à medida que foram revelados contornos inesperados: designadamente o facto de o erro ser conhecido da agência de espionagem norte-americana NSA (*National Security Agency*) desde pouco depois da sua introdução, tendo esta optado, de forma a melhor o explorar para os seus próprios fins, por manter esse conhecimento em segredo ao invés de o denunciar, levando à sua rectificação.

A fragilidade de uma das pedras de toque da confiança na *World Wide Web* tornou-se evidente:

---

<sup>49</sup> Como é sabido, o *open source* consiste num modelo e filosofia de desenvolvimento de software em que o código-fonte e suas modificações são publicamente disponibilizados, tipicamente em repositórios que, a exemplo da popular plataforma GitHub.com, facilitam a sua publicação, clonagem, modificação e reaproveitamento.

<sup>50</sup> No contexto do desenvolvimento de software, o termo *bug* aplica-se a qualquer tipo de anomalia que provoca efeitos não antecipados, gerando disfuncionalidade nas funções executadas.

a Fundação que serve de sustentáculo ao OpenSSL contava nas suas fileiras um único trabalhador a tempo inteiro, colaborando os restantes, dispersos pelo mundo e maioritariamente a partir da Europa, numa base voluntária em *parte-time*.

De acordo com Steve Marquess (2014), fundador e presidente da fundação, “estes rapazes não trabalham no OpenSSL por dinheiro. Não o fazem por fama (quem, fora dos círculos *geek* alguma tinha ouvido falar deles ou do OpenSSL até que o ‘Heartbleed’ chegou às notícias?). Eles fazem-no pelo orgulho na sua capacidade e pela responsabilidade para com algo em que acreditam”.

Com um orçamento relativamente diminuto (menos de um milhão de dólares por ano), o trabalho era financiado em pequena parte por donativos, sendo o grosso dos proventos obtidos através da contratação de serviços – sistema muito limitado pela disponibilidade de trabalho dos voluntários, o que leva Marquess, depois de manifestar a sua perplexidade perante a exiguidade do apoio que é prestado à fundação por parte das corporações que usam o seu trabalho, incluindo o departamento de defesa norte-americano, a fazer notar que “O mistério não é que uns tantos voluntários sobrecarregados de trabalho tenham deixado escapar este *bug*; o mistério é porque é que isso não aconteceu mais vezes”.

Episódios subsequentes, com diversas séries de pacotes, cada um contendo dezenas de vulnerabilidades, a serem anonimamente tornadas públicas entre 2015 e 2017 (Schneier, 2017), tendo como origem os *kits* para uso próprio própria da CIA e da NSA, depois aproveitadas para criar formas de *ransomware*, deixam todavia pensar que sucede de facto muitas mais vezes, permanecendo no entanto silenciado.

A “ética hacker”, dependente da boa vontade, está sujeita a limites materiais em desproporção com os disponibilizados às agências de espionagem. Enquanto, no exemplo, o OpenSSL dependia da benevolência e das “folgas” de duas dúzias de programadores para manter a sua integridade, a NSA dispõe de mais de um milhar de especialistas contratados a tempo inteiro para precisamente encontrar falhas nela (Lyne, 2014; Riley, 2014).

A grande virtude do *open source*, a disponibilidade pública do código-fonte e passibilidade de este ser auditado por qualquer indivíduo interessado encontra assim um série revês na medida do abismo entre os utilizadores que confiam na tecnologia simplesmente porque ela é aberta e “pode” ser escrutinada e aqueles que de facto dispõem dos meios para efectivamente a auditar, sujeitando os resultados desse escrutínio a critérios de alegado interesse para a segurança nacional dos respectivos estados; de aplicação dúbia, mesmo quando tornados públicos (Daniel, 2014).

O aproveitamento pela NSA do “Heartbleed” não é inédito e encontra paralelo no por ela feito das tecnologias da localização<sup>51</sup>, por vezes com a cumplicidade dos operadores de telecomunicações,

---

<sup>51</sup> Que as tecnologias de localização merecem na óptica do poder público atenção sobretudo como candidato “óbvio” a instrumento de vigilância é algo que em Portugal resulta directa e indirectamente das 41 páginas da Deliberação n.º 7680/ 2014 da Comissão Natural de Protecção de Dados, aprovada em 24 de Outubro do mesmo ano, das quais, para além da preocupação em regular “os tratamentos dos dados pessoais decorrentes de tecnologias de geolocalização no contexto laboral”, acolhendo preocupação ilustres como a “privacidade por desenho, se retiram como significativas duas asserções, feitas no enquadramento: primeiro a associação entre tecnologia e competitividade económica, reconhecendo que “os avanços tecnológicos constituem um factor determinante para a modernização, a organização, o aumento da produtividade e competitividade...” e em segundo lugar a ideia de que em meio laboral os dispositivos de localização têm como vocação inata e só são mesmo

outras, segundo sua própria admissão, “mediante escuta dos cabos que conectam as redes móveis globalmente” (Gellman & Soltani, 2013), que lhe permitem manter extensas bases de dados e traçar indiscriminadamente a localização e movimento de indivíduos, a pretexto da identificação de possíveis ameaças terroristas mas também com propósitos inéditos tais o respaldamento dos agentes norte-americanos no estrangeiro através do cruzamento dos registos dos seus dispositivos móveis nas redes com outros que porventura exibam com eles coincidência espaço-temporal, de forma a identificar quem potencialmente os comprometa e siga (Lee, 2013).

Antes da publicitação das práticas da NSA, já a Apple e a Google tinham sido alvo de atenção mediática por manterem através dos seus *smartphones* bases de dados com análogo potencial.

O assim chamado “LocationGate”, conforme o designou a revista Forbes, traduziu-se na descoberta, em Abril de 2011, de que o iOS mantinha um registo das deslocações dos indivíduos no espaço. Pouco depois, foi revelada análoga prática pela Google em coligir passivamente informação relativa às deslocações dos utilizadores dos dispositivos Android, sendo a aceitação dela condição em letra miúda de acesso ao próprio serviço.

Um exemplo prático das vantagens competitivas e comerciais dos grandes *players* em manterem este tipo de registos pode ser dado reflectindo sobre o seguinte cenário factual: um utilizador da Internet decide introduzir algumas alterações na plataforma OSM melhorando a cartografia do bairro onde vive. Pouco depois, antes mesmo que estas tenham sido assumidos no OSM, constata que as mesmas modificações surgem no Google Maps. Como é que isto aconteceu?

Especificamente, como é que a Google decidiu incorporar quase instantaneamente as edições feitas no OSM na vizinhança imediata da sua residência enquanto outras edições, feitas por ele ao mesmo tempo em locais que conhece igualmente bem, mas que raramente visita foram ignoradas? A hipótese plausível é obviamente porque o ecossistema Google cruzou os seus diversos componentes de forma a priorizar a sua confiança, seja repescando dos *logs* de modificação públicos do OSM o seu IP de rede, seja mediante os dados da conta de utilizador empregue na autenticação.

A Google sabe, individualmente, quem habita onde. Logo, admite que o utilizador conhece bem o ambiente onde está quotidianamente imerso. Sabe-o de inúmeras maneiras diferentes: porque, se usa o Google Maps, o “convidou”, para maior “facilidade” no cálculo de rotas, a memorizar a sua residência; sabe-o porque se este usa um *smartphone* Android este monitoriza e lhe envia os dados relativos às redes Wi-Fi aonde este se liga; sabe ainda onde estas se localizam porque o *smartphone* ele próprio está dotado de GPS, e porque os *Google Cars*, paralelamente à captura fotográfica, estiveram também dotados de um rastreador Wi-Fi que coligiu os SSIDs e respectivas localizações de todas redes domésticas ao alcance de por onde passaram (virtualmente por todo o lado).

O utilizador retira porventura alguma satisfação pessoal em ver a informação relativa a um

---

admissíveis como “sistemas de vigilância”, para a gestão de frotas e a protecção de bens. Em abono da verdade, a CNPD antecipa o panóptico e tenta evitá-lo. Notavelmente, quando insiste que apenas os bens são alvo legítimo de vigilância, levando o legislador à caricatura: “A geolocalização ter como fim a protecção de pessoas no contexto laboral só se concebe excepcionalmente, numa situação em que o veículo fosse roubado com a pessoa lá dentro e esta lá se mantivesse. Não estão aqui em causa dispositivos de geolocalização implantados no corpo humano e, mesmo esses, são sempre susceptíveis de remoção em caso extremo de rapto” (idem, p.20).

espaço que lhe é caro (a sua vizinhança) actualizada. O valor económico, porém, é exclusivamente aproveitado pela Google.

Mais significativo, a mesma disparidade de recursos evidenciada no caso do Heartbleed ressurgiu: enquanto a infra-estrutura OSM tardou em incorporar a edição nos diversos níveis cartográficos, presumivelmente devido a mecanismos de cache passíveis de poupar recursos computacionais, de tal modo que tardou dias até ao refrescamento pleno dos dados, no caso do Google Maps, a superior disponibilidade de recursos, determina que a edição fique prontamente disponível.

Efectivamente, um contributo feito para os OSM pode assim aproveitar a Google antes de aproveitar a comunidade a quem era destinado, ilustrando a que ponto a cultura participativa e as laudas à “inteligência colectiva” constituem excelentes cenouras para os interesses dos grandes protagonistas corporativos.

À margem da cartografia, outro bom exemplo de tal apropriação do trabalho voluntário, subitamente sequestrado pelo *copyright*, é dado pela base de dados CCBD que deu origem ao actual GraceNote. Originalmente um serviço gratuito, alimentado manualmente pelos utilizadores, tornou-se a dada altura uma base fechada de acesso limitado, sem benefício para os que tinham contribuído para a sua qualidade.

No caso dos dados georreferenciados, não parece razoável presumir que possa existir direito de autor aplicável às coordenadas de latitude e longitude que identificam um dado local, estes constituem valores puramente descritivos. Existe, não obstante, um valor económico por detrás da sua posse, quando integrados em mecanismos que visam orientar a escolha e aquisição de produtos e serviços, que escapa a quem os “partilha” e “doa”.

### 3.4 DO ESPAÇO REDESCOBERTO. O PRÓXIMO *SPATIAL FIX*?

“Marcelo Rebelo de Sousa visitou as Ilhas Selvagens (...) o ponto mais a sul do território nacional (...) procedeu depois ao envio de postais que foram colocados no marco do Correio da Selvagem Grande, serviço público existente nesta ilha.”

Página da Presidência da República, 30 de Ago. de 2016

"Es la mayor ampliación de la soberanía desde Cristóbal Colón", dice Luis Somoza Losada, coordinador del equipo de 13 personas —siete civiles y seis militares— que se ha encargado de apuntalar la ambiciosa expansión marina de España.”

El País (Planelles, 2014),

“There is no longer an outside to capital.”

Hardt e Negri (2000, p. 102)

Se a par dos mecanismos de dilação temporal (pela canalização através do investimento a longo-prazo que defira os proventos e a sua entrada em circulação), de facto, os interruptores e as reafecções espaciais do capital constituem os escapes dilectos para a sobre acumulação, não se mantendo a sua paisagem fixa por muito tempo na medida da necessidade de constantemente reconfigurar o espaço de forma a gerir os inevitáveis bloqueios a que cada novo arranjo acaba por conduzir (Harvey, 2003, p. 94 e seg.s), transformando a cada etapa a escala geográfica dentro da qual a ordenação económica é definida, operando um processo de compressão espaço-temporal tendente a reduzir cada vez mais a

fricção da distância e gerando inevitavelmente contradições, desigualdades e armadilhas, então há razões para acreditar que esgotadas as vicissitudes do domínio financeiro pela agilização dos fluxos de capital, encontrados como parecem estar os limites sustentáveis e retribuíveis do crédito internacional e na condição da dificuldade em manter as vantagens competitivas do informacionismo pela ligeireza da circulação do conhecimento e pela dificuldade em garantir plenamente os direitos de propriedade intelectual que deveriam assegurar a diferenciação tecnológica, razões há para crer que o próximo *spatial fix* (Harvey, 2001a) significativo se possa traduzir num regresso às origens: à “redescoberta” da importância dos recursos naturais, da geografia e do território em sentido estrito, reintroduzindo a possibilidade da “colonização” como sua “captura”, através de duas direcções lógicas que permitem garantir a manutenção do crescimento rompendo com a aparente circunstância do mundo finito a que a globalização nos sujeitou: uma primeira através da disputa pelos leitos marinhos, efectivamente cerca de 70% da superfície planetária e até agora relativamente intocados e uma segunda na forma da exploração dos recursos extraterrestres (Dickens & Ormrod, 2010), mormente minerais, imediatamente da Lua e subsequentemente mediante uma extensão ao sistema solar envolvendo projectos tais a colonização de Marte, a captura e exploração de asteróides bem como hipoteticamente, segundo reconhecimento unânime, de alguns satélites de Júpiter que à partida reúnem condições para ser alvo de particular interesse, como os oceanos de Titã e a cobertura gelada de Europa (Vie, 2016).

Os indícios do primeiro passo podem encontrar-se no próprio espaço ibérico onde se observa que os sucessivos planos governamentais portugueses, visando fomentar “o regresso ao mar” - tais o “Plano Mar-Portugal”, a reiterada definição de uma “Estratégia Nacional para o Mar”<sup>52</sup>, a aprovação de uma “Lei de Bases do Ordenamento e da Gestão do Espaço Marítimo”<sup>53</sup>, da iniciativa do XIX governo constitucional, segundo ditames mantidos pelo subsequente executivo que assumiu identicamente a aposta de duplicar o peso das actividades marítimas no PIB para 5% até 2020, fazendo do tópico, no dizer do respectivo Primeiro-ministro, um dos poucos temas sobre os quais o conjunto do espectro partidário reúne consenso (Lopes, 2016)<sup>54</sup> - colidem com igual determinação do lado espanhol.

Assim, a aposta no “oceano como vector estratégico de desenvolvimento” e elemento “diferenciador”, feita coincidir com a invocação do alegado desígnio histórico de um país que tem de si a imagem de haver “dado novos mundos ao mundo” mediante a acção dos seus navegadores, demonstra reactividade face à ambição do país vizinho relativamente à qual ressurgem inusitados e aparentemente anacrónicos contornos de conflito geopolítico. Especificamente sobre a extensão das respectivas Zonas Económicas Exclusivas em que o arquipélago das Selvagens aparece como alvo de disputa (Sereno, 2014), compelindo a cíclicas visitas de altos dignatários portugueses, entre os quais os últimos quatro Presidentes da República, num esforço de contrariar idênticas acções simbólicas de desafio que por parte

<sup>52</sup> Cf. [http://www.cienciaviva.pt/img/upload/Estrategia\\_Nacional\\_Mar\(2\).pdf](http://www.cienciaviva.pt/img/upload/Estrategia_Nacional_Mar(2).pdf) (versão 2006-2016) e <http://www.dgpm.mam.gov.pt/Documents/ENM.pdf> (versão 2013-2020).

<sup>53</sup> Lei n.º 17/2014, de 10 de Abril, disponível por ex. em [http://www.pgdlisboa.pt/leis/lei\\_mostra\\_articulado.php?artigo\\_id=2081A0004&nid=2081&tabela=leis&pagina=1&ficha=1&nversao=](http://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?artigo_id=2081A0004&nid=2081&tabela=leis&pagina=1&ficha=1&nversao=)

<sup>54</sup> Sobre a polémica que rodeia as Selvagens constitui ainda recurso valioso o *blogue* mantido por Pedro Quartim Graça, Professor do ISCTE: <http://ilhasselvagens.blogs.sapo.pt>

do lado espanhol incluíram episódios de violação do espaço aéreo (evocativos do alvor da Primeira República e do ano de 1911 em que, coincidindo com a convulsão interna portuguesa, identicamente Espanha pretendeu tomar posse das ilhas para aí construir um farol, a pretexto da inacção do estado português e dos riscos para a navegação na aproximação às Canárias), desembarques seja de pescadores seja de activistas independentistas canários enquanto, ao mesmo tempo, junto das Nações Unidas, o governo espanhol apresentou uma reclamação de soberania sobre 296.500 Km<sup>2</sup> do Atlântico, tida como “*la mayor ampliación de la soberanía desde Cristóbal Colón*” (Planelles, 2014), em que se incluem 10.000 Km<sup>2</sup> adjacentes às ilhas portuguesas, sob o alegado pretexto destas serem rochas que não configuram condições de vida e por conseguinte não conferirem direitos e tendo como efectivo fundamento a cobiça suscitada pela descoberta de jazidas de hidrocarbonetos nas águas adjacentes na sequência de sondagens efectuadas pela Repsol.

Outro exemplo crasso é dado pelo conflito mantido em anos recentes por Pequim com os seus vizinhos sobre o controlo do Mar do Sul da China que o Império do Meio pretende reclamar como seu mar fechado, espoliando-os dos seus direitos históricos. Se na Macaronésia o pretexto é haver ilhas que o não são, no oriente a consolidação do poder chinês tem passado pela ampliação por aterro de ilhas que o não eram, tendentes à aquisição de direitos pelo facto consumado independentemente de e com manifesta indiferença pelo direito internacional em sentido contrário e em particular da recente deliberação do Tribunal Internacional de Justiça de Haia (Aneja, 2016; Economist, 2016).

No tocante ao segundo vector, a colonização do espaço exterior tem rapidamente vindo a passar dos domínios da ficção científica – *malgré*, através dos quais, em produções como *The Martian*, *Armageddon* ou *The Moon*, Hollywood e no último caso, explanando um cenário inteiramente verosímil de extracção de Hélio 3 do rególito lunar, a indústria cinematográfica britânica, têm contribuído para “preparar” e fazer penetrar a ideia na opinião pública - para os da efectiva aposta estratégica, augurando viabilidade e proventos no prazo de poucas décadas. De uma forma geral, a transição do milénio coincidiu com uma movimentação em que potências emergentes, tais a Índia, a Coreia do Sul e o Brasil e outras de ambição global, tais a China, apostam em concorrer com os E.U.A. A última, em particular, tem reforçado as somas colocadas no seu programa espacial (Xin, 2011) em cujo horizonte, sobre patrocínio do capitalismo de estado e mais recentemente mediante abertura ao sector privado (Chen, 2016) se inclui o estabelecimento de uma base lunar já em 2025-30 (Witze, 2013). Afinal, perenemente, “o movimento fluido sobre o espaço pode apenas ser conseguido fixando certas infra-estruturas físicas no espaço” (Harvey, 2003, p. 99), e a Agência Espacial Europeia ela própria apresentou recentemente planos e protótipos para uma “Base Shackleton” de presença no satélite contíguo (Stuart, 2015) mediante uma variante da técnica de impressão 3D que, segundo se garante, dependendo apenas da disponibilização de meios financeiros, reúne condições técnicas de execução no prazo de uma década.

Sessenta anos volvidas sobre o lançamento do primeiro satélite artificial, o Sputnik, em 1957, a corrida espacial volta assim à linha da frente da política internacional e uma vez debelada, a “última fronteira”, promete infinita elasticidade afigurando-se conforme um movimento de transição prognosticado entre dois marcos contemporâneos das relações internacionais: *Preparing for the Twenty*

*First Century*, de Kennedy (1993) e *The clash of civilizations and the remaking of world order* de Huntington (1996). O primeiro demonstrando implacavelmente a impossibilidade e a insustentabilidade por ausência de recursos do modelo de desenvolvimento actual e o segundo sugerindo um futuro feito de linhas de fractura entre blocos definidos por diferentes culturas políticas.

O resultado deste rearranjo espacial que, descontado o optimismo, não parece estar fora do cenário do altamente provável no final do presente século, permanece largamente incerto e os desafios que coloca são de facto civilizacionais. Menos, como se possa pensar, pelas implicações culturais da (im)probabilidade imediata de encontrar vida alienígena ou sequer indícios dela, mas sobretudo pelo desequilíbrio de poder, desafios éticos, desregulação e mais do que certa desigualdade que promete introduzir no sistema mundo conforme o conhecemos.

De facto, os primeiros esforços de regulação dos recursos extraterrestres, de cunho marcadamente idealista, à semelhança do “Tratado dos Princípios Governando as Actividades dos Estados na Exploração e Uso do Espaço Exterior” de 1967 e do “Acordo da Lua” de 1979, designando-a sob auspícios das Nações Unidas como “herança comum da humanidade”, aberta a todos, porém inapropriável por um estado ou indivíduo em particular, revelam-se insuficientes e formidavelmente lacónicos quanto à regulação da sua exploração comercial (Dunk & Tronchetti, 2015, p. 760 e seg.s).

O direito internacional público, é sabido, ostenta a particularidade de ser aplicado ou ignorado pelos estados com relativa impunidade sob condição de garantia de força suficiente, conquanto o voluntarismo da protecção coactiva a torne efectivamente arbitrária, sendo marcado mais pela *realpolitik* do que pela ética. A resistência pragmática à vinculação aos acordos internacionais (o Acordo da Lua por exemplo, regista apenas 15 ratificações, nenhuma das quais por parte das efectivas potências espaciais), correspondente à manutenção de um não surpreendente espirito de directório em que a omissão é desejada e a regulação vista como empecilho, sobretudo quando os investimentos em causa são colossais e mais do que nunca os estados cooptam investidores privados para quem a recuperação do velho princípio empreendido pelos exploradores portugueses, traduzido na imposição de padrões com as insígnias da coroa enquanto reclamação de soberania sobre os novos territórios, de acordo com o qual “o primeiro a chegar toma posse”, parece conveniente. Afinal, “no passado apenas três motivações conduziram as sociedades a gastar o tipo de capital em projectos especulativos ambiciosos: a celebração de um poder divino ou real, a busca do lucro e a guerra” (Tyson, 2012, p. 22) e entre outras a motivação para a ambiciosa aposta da China pode muito bem implicar as três: o prestígio, o dinheiro e o conflito.

Se os reptos de Kennedy estabelecendo o objectivo de colocar um americano na Lua antes do final da década de 1960 e de Reagan quanto à iniciativa “Guerra das Estrelas” foram etapas marcantes na galvanização do império americano contra o império soviético, que já não teve condições de responder à última, hoje, a corrida espacial chinesa parece estar em inevitável rota de colisão com o poder norte-americano com a diferença de que correntemente este não parece ter já nem a vontade política nem os meios financeiros para lhe reagir, condenando cada vez mais a NASA a perder a sua liderança (Kruesi, 2014); da mesma maneira que se torna crescentemente difícil ao poder marítimo



norte-americano proteger os seus aliados perante os avanços chineses no mar do Sul da China.

Os indícios remetem, por conseguinte, para a reiterada importância do cálculo geopolítico e para a globalização económica como estado transitório de um período histórico vigente entre o fim do mundo bipolar da guerra fria e um mundo marcado pela competição multipolar e de alguma forma para o “informacionismo” como estrutura de sentimento que perante a história poderá muito bem vir a desempenhar o papel por vezes atribuído à impregnação pelo cristianismo na dissolução do império romano: com a promoção da deslocalização de factores e a ideia de uma economia baseada no conhecimento efectivamente a funcionar como abertura das fronteiras aos “bárbaros” e à submersão do Ocidente sobre o peso do número das suas hordas. Para um movimento que esgotado o endo recupere a estratégia do exocolonialismo.

## Capítulo 4 - DAS MORFOLOGIAS DE SOCIALIDADE E SOCIABILIDADE EM REDE

“Desta decomposição dos grandes relatos (...) segue-se o que alguns analisam como dissolução do vínculo social e passagem das colectividades sociais ao estado de uma massa composta de átomos individuais lançados num absurdo movimento browniano. Isto não é relevante, é um caminho que nos parece obscurecido pela representação paradisíaca de uma sociedade ‘orgânica’ perdida.”

Lytard (1989, pp. 40-41)

“Na era do espectáculo interactivo que hoje permeia cada aspecto da nossa cultura, o que foi adicionado ao Espectáculo é a ilusão da agência administrada através das novas condutas tecnológicas.”

O’Neill (2009, p. 155)

Nos capítulos anteriores norteámo-nos por uma perspectiva eminentemente macroscópica, tentando enquadrar a evolução do panorama mediático recente, mormente em torno da generalização das tecnologias da comunicação e localização, nas suas implicações institucionais e relações de foro estrutural com os modos de produção e desenvolvimento e com as grandes questões da teoria social, tais os sentidos de espaço e de tempo. Este exercício constituiu, a nosso ver, uma condição necessária para o esforço que empreenderemos doravante que consiste numa aproximação a como, a um nível micro, o indivíduo efectivamente integra e é integrado por estas tecnologias no dia-a-dia, com impactos na construção da sua identidade que, como processo social, implicam igualmente avaliar a forma como socialidade e sociabilidade<sup>55</sup> são perseguidas no seio de ambientes comunicativos que configuram dinâmicas grupais e organizacionais de vocação meso recuperadoras do debate sobre o que constitui uma “comunidade”, conceito problemático cuja percepção eminentemente emotiva da alegada ameaça deu mais recentemente lugar à discussão sincrética do individualismo em rede e de como se retira partido das tecnologias de comunicação ubíquas para a mobilização do capital social, insistindo-se porém numa oposição comunidade-rede feita em termos eminente instrumentais que limita a sua acuidade e finalmente nos hão-de conduzir à opção por Pierre Bourdieu, através dos seus conceitos de *doxa*, *habitus* e campo social, por Fredric Jameson, mediante a sua crítica da cultura pós-moderna como supérflua e presentista, e por Scott Lash, através da sua crítica da modernidade reflexiva, como autores passíveis de enquadrar a cultura digital contemporânea enquanto estrutura de sentimento de um tempo cujas formas não podem ser compreendidas como puros actos de deliberação racional, envolvendo igualmente processos alternados de diferenciação, desdiferenciação e naturalização que impregnam a vida social do espírito do espectáculo como conforme o espírito da organização económica; na pior hipótese como forma de montagem e dissimulação do poder caracteristicamente pós-industrial e na melhor enquanto

---

<sup>55</sup> A distinção entre os substantivos “socialidade” e “sociabilidade” é subtil e melhor compreensível por referência à respectiva forma adjectiva, como qualidades do que é “social” e “sociável”, respectivamente. Assim, do nosso ponto de vista, enquanto a “socialidade” é uma característica de espécie correspondente ao conjunto de comportamentos que permitem aos indivíduos transcender a sua condição individual e participar numa dinâmica de grupo, a “sociabilidade” é função de uma inclinação ou competência eminentemente individuais em procurar e se envolver com maior ou menor sucesso no dito comportamento (se se quiser em manter uma performance bem sucedida em termos da ordem da interacção, *goffmanianamente*, ou ainda em saber mobilizar a socialidade). Complementarmente, recorrendo a Simmel (1949), é possível distinguir as duas em função dos fins, assim enquanto a socialidade se definiria pela procura da interacção social como meio e instrumento para algo, a sociabilidade caracterizar-se-ia pela busca da interacção social como fim em si própria, constituindo a “forma lúdica” da primeira. Cf. por ex. Amirou (1989) e Jovchelovitch (2011)

algo potenciador de formas de reflexividade estética, habilitadoras de uma espécie de *bricolage* da identidade construída não de forma solipsista mas em função de renovadas formas de lazer comunitário. Comunidades de sentimento em que o mimetismo preponderaria sobre o cognitivismo e o utilitarismo estrito e o afecto se reencontraria em função de novos regimes de prática e pertença. Ou, na veia da sociologia germânica, comunidades comunicativas como configurações de *comunitarizações* transmediáticas, translocais, inerentemente imaginativas e escaláveis (Hepp, 2015, p. 205 e seg.s) perante cuja conceptualização a tradicional noção de “comunidade”, definida *sine qua non* pela proximidade, imediatamente se revela desajustada, arvorando um “moinho de vento” com que alguns insistem em se digladiar.

#### 4.1 DAS FORMAS DE ASSOCIAÇÃO POSSIBILITADAS PELA TECNOLOGIA MEDIADA COMO PROCESSOS DE ÍNDOLE MESO

De acordo com Turner (2012, p. 6), num esforço de conceptualização que pretende superar a clivagem agência-estrutura, adoptando em alternativa a análise do que a realidade social tem em comum nos diversos patamares, os encontros, seja focados seja não focados, e respectivas dinâmicas, “as forças dos domínios micro e macro (...) compelem os actores que criam unidades corporativas e categóricas, e neste sentido, os encontros são os blocos de construção destas unidades de nível meso (...) que constituem as condutas através das quais as forças de nível macro atingem o micro.”

De acordo com o mesmo autor, as *unidades corporativas* de nível meso, definindo divisões de trabalho na prossecução de dados objectivos podem ser de três tipos, em sentido tendencialmente crescente de abrangência: grupos, organizações e comunidades.

Já as *unidades categóricas* constituem-se transversalmente, através de parâmetros que demarcam os indivíduos identificando-os como membros de populações que têm em comum uma condição definida pelos papéis desempenhados ou por dados interesses.

O nível meso está, por conseguinte, sujeito a dois tipos de forças que articula. De um lado **forças estruturantes** emanando do ambiente social tais como a economia, as políticas públicas, a religião, a educação, a ciência, a medicina, o desporto, as artes e a percepção relativamente à forma como as relações de parentesco se articulam (*e.g.*, se a sociedade é matriarcal ou patriarcal, quais são as “obrigações” dos novos relativamente aos mais velhos; qual a expectativa relativamente à sua autonomização, se esta se faz por constituição de um núcleo familiar autónomo ou por extensão dentro de uma família alargada base, como por exemplo na cultura de muitos países árabes etc....) e do outro lado forças individualizantes que se manifestam como **necessidades transaccionais** na dinâmica dos encontros, designadamente a *necessidade de verificação da identidade* (ou mais apropriadamente “identidades” que o indivíduo encerra seja em função do núcleo de sentimentos que individualmente lhe conferem um sentido de autonomia e projecto de vida, seja sociais, em função da pertença a distintas unidades categóricas, grupais e em função dos diversos papéis sociais que encarna); a *necessidade de inclusão num grupo* (sociabilidade), de *confiança* (*previsibilidade*), de *facticidade* (a definição da situação em que cada encontro decorre presume tipicamente que os participantes crêem ter algo em

comum, consistindo essa convicção na condição que define uma intersubjectividade que potencia a troca e o diálogo) e finalmente a necessidade de *obter um lucro* (não forçosamente material mas alguma forma de recompensa e satisfação).

Pese embora a conceptualização das relações sociais como encontros em Turner ser eminentemente territorial e espacial em sentido estrito (continuando baseada no paradigma da “sociedade nacional” ao aduzir que existe um sentido hierárquico na forma como as cadeias de encontros se integram em unidades corporativas e categóricas que por sua vez incorporam domínios institucionais e sistemas de estratificação próprios de cada sociedade, colocando-se, finalmente, acima dela os “sistemas inter-societais”, de vocação inter-nacional), e por conseguinte não directamente vocacionada para os encontros do tipo mediado possibilitados pelas tecnologias de comunicação, a sua “arrumação” é útil e pode ser facilmente estendida a eles e à dinâmica das comunidades virtuais<sup>56</sup>.

Relativamente aos ambientes de comunicação virtual, a adaptação consiste sobretudo em admitir que o domínio institucional e o sistema de estratificação não tem forçosamente que ser territorial, ele pode consistir simplesmente nas condições possibilitadas pelo ambiente socio-tecnológico, marcado pelo seu carácter inter-societal e pelo enquadramento em espaços comunicativos de abrangência global geridos não por estados mas por empresas multinacionais de comunicação e de fornecimento de plataformas e serviços tecnológicos. Neste quadro a distinção entre “unidades corporativas” e “categóricas” é menos clara mas igualmente observável sobretudo se atendida em função da origem dos espaços, seja corporativa (imagine-se por exemplo um fórum de discussão destinado a apoiar os clientes de uma dada empresa, uma plataforma de e-learning criada e mantida para apoiar a administração de um curso superior ou mesmo uma página criada no Facebook pelo pelouro do turismo de um dado município) seja categórica, como no caso típico das incontáveis comunidades de interesses, prática e *hobbies* cujo impulso partiu espontaneamente dos próprios utilizadores.

Poderíamos, assim, entender a Internet, conforme sugere Cavanagh (2007), simultaneamente como um meio, um espaço social e uma tecnologia arvorando um ambiente com processos de produção, distribuição e regulação com características próprias. Este ambiente, colocado à disposição dos

---

<sup>56</sup> De facto a específica reflexão de Turner (2010c, p. 71) sobre os efeitos da mediação tecnológica nos encontros focados enfatiza como condição uma plena mobilização dos sentidos tendente a formas de coordenação rítmica, difíceis de lograr à distância. Admite, no entanto, que a ausência de pistas visuais pode ser paliada na medida em que os encontros se processem no quadro de unidades corporativas que providenciem um enquadramento cultural e estrutural firme, em que os indivíduos tenham uma ideia clara da posição ocupada pelos participantes e dos papéis que é suposto desempenharem bem como das normas, tipos de discurso e emoções aceitáveis. Do muito que se tem estudado sobre a presença social nas comunidades virtuais é, no entanto, evidente que a generalidade destes elementos estão de facto presentes. Seja, por exemplo, nas linhas de orientação para a participação, cuja disponibilização tipicamente acompanha o ingresso num fórum, seja no uso dos *emoticons*, seja mesmo na definição dos papéis por atribuição de categorias de estatuto aos participantes individuais (“moderador”, “perito”, “iniciante”...), normalmente em função da experiência medida pela antiguidade (data de registo) e número de participações. Turner insiste, porém, que a comunicação mediada mantém uma diferença substancial, com que somos obrigados a concordar: pese embora exemplos tais o Skype e formas de VOIP e videochamada, no geral, mais do que *simultânea* ela tende a ser *sequencial*, em particular na forma típica (e mais comum) do discurso escrito. O corolário é que enquanto os encontros focados se processam na boca de cena (*front stage*) de forma instantânea os encontros mediados tendem a decorrer nos bastidores (*back stage*), admitindo simultaneamente um sentimento de salvaguarda e relax que permite que os indivíduos ventilem sentimentos, estilos e propensões que normalmente refreiam e ao mesmo tempo uma orquestração mais elaborada das formas de auto-apresentação.

indivíduos, é subsequentemente habitado e apropriado gerando fenómenos de associação e a constituição de espaços de encontro meso – tipicamente feitos equivaler a “comunidades virtuais” - em que cada um se posiciona em função das suas necessidades transaccionais, no plano da gratificação emocional, da prossecução do seu estatuto, da sua identidade e dos seus papéis sociais e em função da sua bagagem cultural em que pesam factores como a demografia (sexo, idade...) e a ecologia (ambiente em que habita, o qual condiciona a disponibilidade ou não de recursos materiais e humanos que podem ou não gerar necessidades passíveis de ser supridas pela participação no ambiente virtual).

Numa primeira repartição aproximativa e ideal-típica, a Internet seria assim um espaço de mediação simbólica, com possibilidades nos domínios **afectivo** (da manutenção de laços com os próximos até, em última análise, ao domínio amoroso, para a busca de pares – *e.g.* o fenómeno das noivas por catálogo ou sítios de encontros tais o Tinder ou o SecondLove); **monetário-pecuniário** (*e.g.* os inúmeros sítios de vendas, na forma do comércio virtual institucionalizado e de forma crescente em espaços de troca informal, com o eBay ou o OLX); de **influência e poder** (seja na prossecução do capital social mediante o cultivo de uma dada imagem, no plano do marketing pessoal, seja em termos políticos, como plataforma para a organização de movimentos sociais); de **sacralidade e misticismo** (através do carácter imanente atribuído à própria tecnologia, mas também para a religião, como local de prossecução das mais diversas crenças esotéricas e mais ou menos sobrenaturais – por exemplo, teorias da conspiração e fenómeno OVNI); de **aprendizagem** (mormente informal, mas também formal através de formas de ensino à distância institucionalizadas como o e-Learning); de **conhecimento científico** (por exemplo através do exercício que aqui se pretende empreender); de **saúde** (desde as inúmeras farmácias em linha até aos fóruns de discussão sobre assuntos como a maternidade, o bem-estar psíquico e auto-ajuda etc.); de **competição** (através dos inúmeros jogos e do consumo posicional) e finalmente de **estética** (equiparando o web design e suportes ricos com o *shockwave* a formas de arte digital bem como os e-portefólios digitais de cada um e os processos de inclusão, exclusão e manipulação dos artefactos digitais neles incluídos a formas de exercício do sentido do gosto).

#### 4.1.1 DISTÂNCIA E (DES)CONTINUIDADE NAS REDES

Em tese, as transformações que as tecnologias de comunicação admitem nas relações sociais, permitindo que se mobilizam interlocutores e se aceda à informação, são sobretudo função da sua acção sobre os contínuos distância-proximidade, presença-ausência e da gestão destas; das pausas e retomas na comunicação; da fluidez e do ruído; da constância e da interrupção como condições determinantes do compromisso e da reciprocidade entre actores.

Todavia, num estudo pioneiro em que comparam os usos do telefone, do correio electrónico e da comunicação face-a-face numa mesma comunidade antes e depois do advento da Internet, em 1978 e 2005, respectivamente, através de entrevistas a um conjunto de 84 indivíduos, atendendo aos interlocutores serem relações íntimas ou não íntimas, Mok, Wellman & Carrasco (2010) chegaram à conclusão de que embora como seria de esperar fosse possível observar alguma especialização nos diferentes modos de contacto consoante a proximidade geográfica, tendo o correio electrónico sido

adoptado a todos os níveis, para a comunicação com relações tanto distantes como próximas, tal tendência não foi porém acompanhada da mudança na frequência dos contactos através dos outros modos de comunicação. Ou seja, a Internet funcionou como um acréscimo que não substituiu nem aumentou significativamente os contactos nem face-a-face (predominantes com indivíduos habitando até oito quilómetros) nem telefónicos com as relações regionais (num raio de 160 quilómetros).

Assim, ainda que o mundo se tenha tornado crescentemente mais plano (Friedman, 2007), tal como a dinâmica da memória é inextirpável e incompreensível sem o esquecimento, a dinâmica das redes continua a definir-se tanto pela passibilidade de colocar as pessoas ao alcance de uns tantos cliques necessários para enviar um e-mail ou iniciar uma conversa no Skype como pela distância constituída pelas inúmeras descontinuidades com que a comunicação – eminentemente assíncrona - se processa. Sendo líquido que a comunicação em rede admite acrescida conectividade, não é, porém, líquido que esta facilidade tecnológica gere necessariamente dividendos. Consoante formulado por Kolb (2007): “É bom ter um espectro de contactos sociais mais alargado, porém obter algo como um compromisso de almoço com alguém ou um emprego torna-se muito difícil uma vez que se passe de uma separação em primeiro ou segundo grau dentro de uma rede social”.

Um equívoco comum consiste, por conseguinte, em presumir que a “conectividade”, uma característica própria aos dispositivos computacionais, se traduz necessariamente em “conectividade social”, admitindo como efeito lógico que o simples facto de as pessoas se encontrarem declarativamente associadas no espaço comunicativo “não pode deixar” de ter reflexos no espaço social sendo certo que a eficiência da comunicação é tanto função do canal como do ruído e sobretudo da estabilidade da ligação, o que em si, na formulação do “individualismo em rede”, em Wellman (ver adiante), se torna problemático pois as “comunidades pessoais de comunicação” obedecem a uma lógica instrumental de alternância e descontinuidade difíceis de conciliar com um compromisso fluído que permita a sua mobilização estratégica.

Ainda na sugestão de Kolb, a “distância” nas redes sociais tecnologicamente mediadas deve ser definida, de forma abrangente, como “extensão ou prevalência dos lapsos/descontinuidades nos elos sociotécnicos”. Produto das interrupções na conectividade entre actores sociais resultantes de um conjunto de factores, incluindo:

- Descontinuidades espaciais *strictu sensu* (distância euclidiana);
- Descontinuidades temporais (*e.g.* diferentes zonas horárias entre interlocutores);
- Descontinuidades técnicas (*e.g.* inacessibilidades em função dos condicionalismos da cobertura das redes sem fios);
- Descontinuidades de segurança (*e.g.* filtros de spam)
- Descontinuidades na conectividade social, incluindo as emergentes das dinâmicas:
  - Interpessoais (*e.g.* diferentes valores e interesses, conflitos de personalidade)
  - Grupais (*e.g.* falta de confiança, conflitos de liderança e ou insuficiente sentido de propósito).
  - Organizacionais (diferenças de cultura organizacional)
  - Económicas (enquadramento nas políticas regionais, locais e internacionais)
  - Políticas (conflitos de poder, instabilidade do ambiente internacional)
  - Filosóficas (individualismo, isolacionismo, fundamentalismo)

Em linha com a especial importância da facticidade como necessidade transaccional nos encontros em Turner (2010c, p. 213 e 225 e seg.s), Kolb, em suma, alerta-nos para o facto de os factores que determinam a separação social não serem subsumíveis à pura distância quilométrica, sendo

inúmeras as razões para o conflito e a interrupção, residindo, como tal, o desafio da comunicação em rede naquilo que Coyne (2010), cooptando analogamente a sociologia fenomenológica de Schütz, define como manter a “afinação” entre elos tendencialmente divergentes. Nas redes sociais os processos de sociabilidade e interacção dependem sobretudo da partilha da experiência vivida, da possibilidade de fomentar uma percepção partilhada da realidade. Efectivamente, menos da possibilidade de retirar partido da soltura do espaço do que do sentido do seu domínio pelo movimento de informação intersubjectivamente empreendido sobre ele.

#### 4.1.2 DA RECIPROCIDADE COMO ACTO AUTO-INTERESSADO

Necessidade transaccional igualmente determinante, a verificação da identidade, na comunicação pessoal de massas, é sobremaneira um mecanismo de auto-reflexão e um exercício de persuasão própria (construção da autoconfiança, num processo direccionado para dentro, **intracção**) e alheia (forma de marketing pessoal ou *personal branding*, num processo direccionado para fora, pela **interacção**). É reflexivo na medida em que o indivíduo se avalia eminentemente comparando a imagem que tem de si próprio com o entendimento que faz da imagem projectada pelos outros. Pela **integração** da segunda na primeira através da assimilação, ao tentar integrar-se nos grupos particulares, dos valores dominantes neles, sem o que não há comunhão de sentido/significado e logo não há diálogo nem facticidade.

O desejo de integração num grupo, perseguindo a socialidade, é, no entanto, um impulso variável em função do perfil individual e secundário à verificação da identidade. Para muitos é admissível que a auto-publicação seja eminentemente um processo de auto-publicitação, em última análise um exercício de narcisismo (Aboujaoude, 2011; Lasch, 1978; Twenge & Campbell, 2009) e de reflexão auto-complacente, em cujo caso “grupo” é meramente sinónimo de “audiência”. Porém, uma mobilização das possibilidades da comunicação mediada, mesmo egoísta, para os próprios fins, impõe naturalmente a sociabilidade e nesta não há reciprocidade sem gratificação, nem troca sem confiança. Excepto, porventura, quando se desenvolvem laços de um tipo forte, ou por a interacção mediada surgir apenas à comunicação face-a-face ou quando o contacto mediado é intenso ou projectivo quanto baste para desenvolver laços e compromissos emocionais suficientes para admitirem a “generosidade” como “gratificação” - seja, a contrapartida de se sentir uma melhor pessoa.

A problemática da “reciprocidade” é, por conseguinte, central à comunicação em rede na medida em que conquanto na comunicação focada face-a-face ela esteja normalmente garantida (dificilmente um indivíduo interpelado directamente não devolve uma resposta), na forma mediada ela nunca o está (é por comparação muito mais comum não obter por exemplo resposta a um e-mail ou a uma mensagem deixada no *voice mail*).

Se “a força de um laço corresponde à combinação (provavelmente linear) entre o volume de tempo, a intensidade emocional e a intimidade (confiança mútua), e os serviços recíprocos que o caracterizam” (Granovetter, 1973, p. 1361), num ambiente em que os laços fracos pontificam, como na comunicação suportada pelas plataformas *online*, força e fraqueza confundem-se pois, as vantagens de

poder estabelecer pontes entre redes e comunidades, diversificando contactos de forma instrumental e transiente de forma a aceder a tipos de informação para além do círculo de proximidade, têm como fraqueza o facto de o contexto invocar menos simpatia e por conseguinte se traduzirem num recurso passível de mobilização menos fiável em momentos de necessidade.

Na ausência de garantias, a reciprocidade nas redes sociais é assim função eminentemente da coincidência entre verificação da identidade e auto-estima (as pessoas respondem porque isso as faz sentir melhor consigo próprias) e da expectativa de obter como gratificação um incremento no *status* (as pessoas respondem porque esperam que ao revelar dado conhecimento pericial isso as agradeça aos olhos dos outros).

Esta dinâmica chega a engendrar formas sociativas no espaço virtual também porque a organização nestas é a opção “economicamente” mais viável. Porque, num regime de laços fracos, ao “colectivizar” os processos de troca de informação, os indivíduos esperam maximizar as hipóteses de reciprocidade, vendo o seu investimento correspondido em momentos de necessidade se não por a ou b, por qualquer outro participante motivado, com acesso ao espaço comum.

## 4.2 DA COMUNIDADE COMO PROXIMIDADE AO INDIVIDUALISMO EM REDE

“A identidade desponta a partir do cemitério da comunidade, mas floresce graças à promessa de ressuscitar os mortos.”  
Bauman (2001b, p. 151)

Como se viu, Turner oferece-nos uma tipologia das associações humanas em que grupos, organizações e comunidades se posicionam num nível intermédio e as últimas em particular constituem parte consuetudinária e nível dilecto da análise de redes, perceptivelmente porque admitem alguma comodidade no enquadramento dos fenómenos, permitindo, em primeiro lugar, a sua filiação na discussão, cara à teoria social, do advento da modernidade industrial, segundo a marca de água de Tönnies (2002) e de Simmel (1903), como proponente de uma alteração na morfologia social em que o modo de vida proximal e o horizonte da vizinhança rural cederam passo à vida urbana impessoal e à invenção do estado e da nação como sua expressão e “sociedade” politicamente organizada e, em segundo lugar, porque dentro das metáforas espaciais a que por facilidade de comunicação a Internet foi por desenho sujeita, os seus instrumentos e plataformas foram prefigurados e descritos como “sítios” e por extensão lógica “locais” de encontro onde, à semelhança do terreiro da aldeia, os indivíduos teriam a possibilidade de se encontrar numa espécie de feira contingente em que se trocariam e discutiriam interesses, a proximidade perdida se reintroduziria e as relações sociais recontextualizariam. Em que, em suma, os novos média constituiriam a nova vizinhança.

Perspectivar as formas de associação em rede, à semelhança de Rheingold (1993), como algo que facilita a formação de “comunidades virtuais” vem não obstante com um preço: o lastro histórico da sua definição em termos de distância euclidiana<sup>57</sup> (consoante se viu apenas uma das diversas

<sup>57</sup> Derivado de um sobre empolamento de Tönnies, conquanto Weber tenha enfatizado o seu processo constitutivo, aespacialmente, como *vergemeinschaftung*, orientação mútua derivada da partilha de um sentimento de pertença (Hepp, 2013, p. 101). Enquanto Schmalenbach nos legou explicitamente o conceito de comunhão



descontinuidades relevantes no processo de comunicação em rede) é geneticamente inadequado e em consequência é-se confrontado com infinita literatura justificativa, tendente a esticar, reformular, adaptar e recuperar um conceito inerentemente problemático e de difícil circunscrição<sup>58</sup>.

Cientes dos seus limites, existe em todo o caso um constructo de “comunidade” que se pode obter como desiderato comum das propriedades e requisitos atribuídos. Assim entre os elementos comuns às múltiplas definições de comunidade virtual (Baym, 2010, p. 73 e seg.s; Christensen & Levinson, 2003; Consalvo & Ess, 2011, p. 310 e seg.s; El Morr & Maret, 2012; Hara, Shachaf, & Stoerger, 2009; Jones, 1997, p. 107 e seg.s; Misra & Stokols, 2012; Papacharissi, 2011; C. Porter, 2004) incluem-se cumulativamente:

- Uma agregação de indivíduos (pelo menos três);
- comprometidos através da partilha de valores, interesses ou fins/objectivos comuns;
- que levam à existência de interacções mediadas;
- num local ou espaço(s) tecnológico(s) próprio(s);
- traduzidas na partilha de informação, experiência e recursos;
- de forma suficientemente frequente para desenvolverem um sentido de permanência/constância;
- e o sentimento de comungarem significados, uma história ou identidade que os leva;
- a aceitarem de forma tácita ou explícita a existência de expectativas e regras;
- orientando-se por princípios que enfatizam a ajuda e o respeito mútuos;
- de que individualmente admitem retirar benefício.

Contra a tese da “comunidade perdida” (Wellman, 1999) da sociologia clássica, numa nostalgia recorrente, igualmente tipificada por Putnam (2000), a análise de redes contrapõe assim a ideia de que a Internet a libertaria na forma da “comunidade virtual”, estando esta sujeitos a processos facilmente inteligíveis através da moldura do interaccionismo simbólico (Cohen, 1985) mediante uma deslocação da ênfase do papel da geografia para uma baseada na construção de um sentido de colectividade orientada por processos/projectos comuns, dando progressivamente lugar ao debate do individualismo em rede (Rainie & Wellman, 2012; Rheingold, 2012), cujo traço distintivo repousaria não tanto no abandono das “comunidades” nem sequer no seu reforçado “incremento” mas antes na velocidade com que os indivíduos puderam passar a alternar entre elas.

Assim, argumenta-se, ao invés de as “comunidades” fornecerem os referentes para a construção do projecto de vida, através das tecnologias de comunicação, os indivíduos passaram a ter maior facilidade em articular redes de relações pessoais satisfazendo através de cada uma as suas distintas necessidades transaccionais. De certa forma, a “comunidade” teria, nas redes digitais, perdido algo do seu carácter determinante (dado pela afinidade geográfica, sem grande hipótese de escolha) passando a ter um carácter eminentemente contingente, complementando um número limitado de laços sociais fortes com um número virtualmente ilimitado de laços fracos (Granovetter, 1973, 1983, 2003), cuja

---

(*bund*), como forma sociativa constituída entre estranhos, em mobilidade.

<sup>58</sup> De facto o conceito de “comunidade” é particularmente impreciso em Sociologia, não reunindo consenso quanto ao seu significado (Bryant & Peck, 2007, p. 455). Perspectivando as relações sociais em linha na óptica do interaccionismo simbólico, Fernback (2007) por exemplo é levado a admitir que de tão abusado o seu significado se diluiu e converteu num paliativo fetichizado de que toda a gente fala sem saber exactamente do que trata a ponto de se ter tornado inútil na pesquisa sociológica. Kendall (Consalvo & Ess, 2011, p. 309 e seg.s), por seu turno, no que constitui provavelmente a sua meta-crítica mais bem-sucedida salienta que mais do que uma descrição objectiva de um tipo de associação humana o conceito de “comunidade” é um repositório de bagagem emocional e quase uma meta normativa de sociabilidade, invocando empatia, afecto, apoio, interdependência, consenso e valores partilhados.

passibilidade de promoverem fluxos de informação seria decisiva em processos sociais como a busca de emprego e a necessidade de auto-actualização.

Nesta visão (Wellman, 2001), em que os média surgem como elemento estruturante da vida social<sup>59</sup>, as comunidades **porta-a-porta** teriam sido sucessivamente sucedidas por comunidades **lugar-a-lugar**, em que a tecnologia de comunicação dominante era o telefone fixo, ligando agregados, lares e locais de trabalho para, na idade da Internet e das comunicações móveis, portáteis e miniaturizadas, darem finalmente lugar a comunidades pessoais (Rainie & Wellman, 2012, p. 122 e seg.s) feitas de comunicações **pessoa-a-pessoa**, admitindo-se que “Nas sociedades em rede (...) cada pessoa está intimamente conectada a diversas redes, portanto cada qual possui uma ‘**comunidade pessoal**’” (Larsen, Urry, & Axhausen, 2006, p. 16).

Esta morfologia social é em larga medida percebida como acompanhando uma tendência geral para a modernidade reflexiva (Beck, Giddens, & Lash, 1994; Giddens, 2001). Admite-se, nesse caso, que o indivíduo tem um posicionamento estratégico e escolhe as redes e amizades com quem socializa em função dos interesses e papéis sociais que particularmente desempenha e que, numa época que as pessoas se tornaram mais móveis e em que os referentes identitários como a nacionalidade, a classe e os valores familiares tendem a declinar, nas palavras de Ulrich Beck, “a ética da auto-realização individual (...) é a tendência mais poderosa nas modernas sociedades. A ser humano capaz de escolher, decidir e moldar que aspira a ser o autor da sua própria vida, o criador de uma identidade individual, é a característica central do nosso tempo” (Hutton & Giddens, 2001, p. 165).

Castells (2009, p. 116 e seg.s), por seu turno, situa o advento do individualismo em rede no contexto da transformação cultural experimentada por um mundo globalizado, caracterizada pela tensão entre dois pares de pólos opostos: individualismo e comunalismo de um lado e globalização e identificação do outro. O seu entrecruzamento geraria assim quatro padrões ou tendências culturais dominantes no mundo contemporâneo: o **consumismo de marcas** (produto da relação entre individualismo e globalização), o **individualismo em rede** (fruto da relação entre individualismo e identificação), o **cosmopolitismo** (produto do encontro do comunalismo com a globalização) e o **multiculturalismo** (fruto do cruzamento entre comunalismo e identificação).

Cruzando perspectivas, se, consoante a formulação dos contornos da “questão da comunidade”, “de facto, o que está em jogo é por um lado a forma como a estrutura alargada dos sistemas sociais afecta a composição, estrutura e conteúdos dos laços interpessoais e por outro como a natureza das comunidades em rede afecta os primeiros, em que se encontra embebida” (Wellman, 1999, p. 2), a realidade perfilada pelas tecnologias da comunicação é um acréscimo mais do que uma substituição em que o denominador comum da globalização – o seu factor operativo – é sobretudo constituído pela homogeneização das metas de consumo (Ritzer, 1993, 2005a, 2010a, 2011; Ritzer & Jurgenson, 2012),

---

<sup>59</sup> Em que se enfatiza as *affordances* tecnológicas e se tenta “compreender a vida em termos de média” ao invés “dos média em termos de vida” (Lash, 2006), inflacionando a importância do objecto de estudo e corporizando um mediocentrismo criticado entre outros ainda por Morley (*cf.* acima, p. 51) e por Couldry, por vezes aplicando retroactivamente preocupações da comunicações *online* - por exemplo empolando a importância do conhecimento do contexto nas chamadas por voz para “definir a identidade” (*op. cit.*, p.239) dos interlocutores, quando, na verdade, o grosso destas é mantido com indivíduos de antemão conhecidos.

proseguidas individualmente numa lógica de emulação e de competição pelo prestígio que na acepção de Lefebvre reproduzem na vida quotidiana as formas estruturais, colonizando o espaço social e para Baudrillard (1981) encontram nos espaços virtuais formas dilectas de prossecução da economia política do signo, facilitando a sua disseminação e valor de troca.

Intimamente associado às marcas e à acção das corporações multinacionais, que condicionam a atribuição de significado às opções de consumo através do *branding*, o individualismo em rede surge como vivência dominante da socialidade na sociedade hiperligada. Através dele os indivíduos “não se retraem no isolamento da realidade virtual. Pelo contrário, expandem a sua sociabilidade fazendo uso da abundância de redes de comunicação ao seu dispor, selectivamente, construindo o seu mundo cultural em termos das suas preferências e projectos, modificando-os de acordo com a evolução dos seus interesses e valores pessoais” (Castells, 2009, p. 120).

#### 4.3 PROBLEMATIZANDO INDIVIDUALISMO E INDIVIDUALIDADE EM REDE

Quando filiado na estirpe do comunitarismo norte-americano o “individualismo em rede” constitui um conceito sensibilizador a que os proponentes chegam através de anos de trabalho no âmbito da problemática da comunidade (Wellman, em particular, iniciou-se no seu estudo ainda durante a década de 1970) e da demonstração de como as tecnologias de comunicação não só não a eliminam como a potenciam na forma das “comunidades pessoais”, perfilando estas como uma espécie de síntese capaz de superar a presumível clivagem entre atomismo e grupismo, desintegração e integração social. Merece todavia uma inspecção mais próxima, tentando apurar os limites inerentes aos seus pressupostos, seja epistemológicos, seja enquanto projecto político<sup>60</sup>.

Em primeiro lugar, a formulação “comunidade pessoal” constitui um paradoxo e um contra-senso que aponta em dois sentidos contraditórios sem verdadeiramente os reconciliar<sup>61</sup>. Quando por exemplo se escreve que as tecnologias de comunicação “facilitam o individualismo em rede como a base da comunidade. Porque **as conexões são às pessoas e não aos locais**” (Rheingold, 2012, p. 11) está-se a sonegar que as tecnologias locativas admitem que ambos os factores possam ter peso e que as comunicações se possam fazer **entre pessoas sobrecrentes dos locais**. Ao mesmo tempo está-se a ser duplamente putativo: por um lado as conexões sempre foram às pessoas<sup>62</sup> - não querendo sequer neste

<sup>60</sup> O comunitarismo pode ser definido como uma filosofia social enfatizando a importância da comunidade e dos valores comuns na ordem e estabilidade sociais (Etzioni, 1995) ou como conceito político que invoca uma variedade de debates teóricos que tentam focar a atenção nas tensões entre as liberdades e os direitos do indivíduo e as responsabilidades da cidadania. Delanty (2003) enumera assim quatro estirpes de comunitarismo: liberal, radical, cívico e governamental. Embora à partida “comunitarismo” e “comunidade” não sejam sinónimos o certo é que o pensamento social norte-americano tende a equivar-los nas variantes liberal e cívica do primeiro na medida em que o respectivo contrato social percebe a cidadania como baseada num conceito do indivíduo enquanto membro da comunidade, em que o capital social se perfila como uma espécie de bem público tomado por adquirido e “natural” no contexto das obrigações morais contraídas por afinidade e dentro do qual contexto o problema da “reciprocidade” não parece, à partida, curial. Só se tornando como tal evidente quando perspectivado enquanto instrumento de classe e em contexto competitivo, como em Bourdieu.

<sup>61</sup> Laborando dentro da moldura da sociologia de Norbert Elias, para uma apreciação crítica das diversas concepções de “comunitarização” com que se tem tentado acomodar as formas sociativas em rede, veja-se o terceiro capítulo de Hepp (2013, p. 98 e seg.s).

<sup>62</sup> De outro modo a simplificação de base de Wellman ao explicar como nas “comunidades lugar a lugar”

instante complicar a equação admitindo que possa existir “socialidade com objectos” (Knorr-Cetina, 1997) ou que os artefactos materiais possam ter reconhecida alguma espécie de agência, ainda que sem intencionalidade, como na teoria actor-rede (Latour, 2005; Law & Hassard, 1999), embora possa definitivamente haver formas de interacção e compromisso emocional -, por outro as ligações continuam sempre a efectuar-se em locais mesmo quando estes se desmaterializam e são espaços de comunicação virtuais ou, no mínimo, na comunicação um-a-um, ferramentas tecnológicas que igualmente conhecem limites formais.

Do mesmo modo, proclamar que no individualismo em rede “a pessoa, ao invés do lar ou grupo, é a unidade primária de conectividade” (idem) revela que mais do que uma forma de socialidade este constitui um modo de comunicação e uma estratégia de recuperação e organização da informação.

Conforme Kolb faz notar (supra) presumir que a conectividade (uma qualidade eminente da tecnologia) é directamente transponível em “conectividade social” e que a simples “acessibilidade” gera compromisso (ou tão pouco, predisposição para ele, além e aquém dos perfis e das personalidades de cada um) é simplista. Bourdieu (adiante) explica como o “capital social” é um de um conjunto de capitais (incluindo o simbólico, o cultural e o económico) mutuamente exponenciados e como juntos encontram, no plano da comunicação, um palco de luta e violência simbólicas; um jogo pelo domínio determinado pela sustentação da diferença e da posição social de cada actor em que como regra não há “refeições de borla”.

De facto, cotejado como os traços comumente atribuídos ao que constitui uma comunidade, a tese do “individualismo em rede” enfatiza e pretende ver superado um dos lados da equação (a comunidade como partilha de um espaço físico, formulada como “conexões às pessoas nos locais”) desvalorizando implicitamente a relevância dos outros (mormente o processo de gestão da escassez dos recursos que conferem aos participantes desigual autoridade e pressupõem formas tácitas de submissão, mas também de ressentimento, sobre os quais nada se diz).

Da mesma forma, excepção feita às figuras públicas (em cujo caso falamos de comunidades de fãs) e porventura a alguns, poucos, indivíduos excepcionalmente carismáticos, ninguém define o seu posicionamento no espaço público pela condição de ser amigo de a ou b, nem essa condição arvora necessidades transaccionais específicas o suficiente para uma interacção continuada. A comunicação pessoa-a-pessoa é eminentemente contingente.

Ainda que se admita que numa “comunidade pessoal” o fermento possa ser a estima devotada ao individuo no seu centro, num ambiente eminentemente anónimo, como quando o individuo ingressa num dado grupo de discussão apenas porque é atraído pelo tópico ou quando decide cooptar alguém para o seu círculo de “amizades” no Facebook apenas na base de terem determinado grau de separação (e aqui “separação” é a palavra-chave), seja por identificar essa pessoa como tendo x amigos em comum, seja por ser uma figura de quem teve conhecimento puramente nominal (porque é uma figura pública, porque identifica nela dados interesses), resta explicar como uma relação bem-sucedida (leia-

---

as ligações eram feitas casa a casa assemelha-se a um silogismo que deriva o modelo das qualidades da tecnologia (mormente da telefonia fixa) e não das necessidades humanas que impelem as deslocções e em muitos casos continuam a torná-las necessárias.

se, passível de ser activada e tornada útil para os próprios fins) se pode formar numa óptica puramente utilitária. Turner, recorde-se, enfatiza a “troca” como necessidade transaccional associada a um “lucro/benefício”

Na óptica de Granovetter quanto à “força dos laços fracos” poder-se-ia tentar explicá-lo pela condição de um panorama social feito de sucessivos círculos concêntricos, constituídos pelo indivíduos e pelas suas comunidades de relações, em que, mesmo que a comunicação entre dois pontos/indivíduos falhe é sempre possível reactivá-la/chegar a ela recorrendo a um terceiro em comum. Porém, nas redes sociais contemporâneas, em que o endosso é feito mecanicamente pelas plataformas que sustentam a própria rede, o problema surge a montante: é o da própria passibilidade de chegar a haver “activação”, pois a associação tende a estender-se quantitativamente a um ponto em que esta sendo “declarativa” não é necessariamente “significativa”.

No nosso entendimento, o individualismo em rede negligencia a complexidade dos mecanismos de reciprocidade e de gratificação, relegando a sua discussão para o domínio do idealismo ingénuo mediante a edificação de uma ética de “fazer o bem sem olhar a quem” que não é mais do que uma meta normativa e uma declinação propositiva e não explicativa do velho mantra “*make love not war*” ou “*the love you take is equal to the love you make*”<sup>63</sup> que, na década de 60, decalcavam as leis do Karma e o interesse de George Harrison pela fé Krishna – transmutados naquilo a que Rainie e Wellman (2012, p. 263) chamam “a Regra de Ouro: invista nas relações existentes para que a ajuda esteja lá quando necessária”, e que por seu turno leva Rheingold (2012, p. 216) a admitir que o funcionamento do capital social em rede pode ser visto como “**o valor empiricamente validado de pagar adiantado: fazendo favores a estranhos numa rede sem antecipação de reciprocidade directa**” (negrito nosso).

Nesta medida, o “individualismo em rede”, na estirpe de Rainie e de Rheingold, ignora a “dupla verdade” da hipocrisia auto-consentida da dádiva, “possível devido à repressão de que emerge estar inscrita como *illusio* (ofuscada pelo lapso de tempo) na fundação da economia dos bens simbólicos” (Bourdieu, 2000, pp. 191-192), mantendo subconscientemente em fundo, como referente, a ideia da comunidade como ‘grupo de afectos’. “Enredando os corações ao mesmo tempo que as mentes” é expressão escolhida por Rheingold (2012, p. 162) para definir a constituição das comunidades virtuais -, não querendo porventura ver, como Bauman (NPEC, 2011) enfatiza, que o que caracteriza e torna apelativa a comunicação e a aparente sociabilidade em rede é a facilidade em ligar-desligar a participação na mesma; a facilidade em não se deixar absorver e se necessário de lhe virar sem reboço a cara.

É ao mesmo tempo um conceito focado na ideia da autonomia individual que tendencialmente negligencia “as economias relacionais de compromissos e obrigações (...) que ligam as pessoas às suas redes” (Larsen, Urry, & Axhausen, 2006, p. 11) e o facto destas para se manterem precisam de ser permanentemente praticadas e activadas para se tornarem em significativas e duráveis.

Assim. Quando como prelúdio à apresentação de um conjunto de orientações para se possa ser

---

<sup>63</sup> De outra forma, efectivamente, uma tradução no pensamento demo-liberal norte-americano do livre cambismo como preceito moral e “derivação rigorosa do ‘ama o teu próximo como a ti mesmo’”, *apud* Unamuno (Maltez, 1991, p. 188).

bem-sucedido como “indivíduo em rede”, Rainie e Wellman (2012, p. 256) apresentam como protótipo do sucesso, o relato da experiência concreta de uma mulher, Linda Evans, que tendo-se divorciado com vinte e poucos anos foi subsequentemente compelida a reconstruir a sua vida, incorporando no processo o uso das TIC; rapidamente se tornam evidentes duas coisas: em primeiro lugar que os meios de comunicação coincidentemente empregues são colaterais, consequência de e perfeitamente secundários às opções e aos contactos que ela prosseguiu face-a-face (às comunidades de proximidade em que se envolveu) e em segundo lugar que o exemplo é extraordinariamente atípico e não necessariamente extrapolável, pois estamos a falar de uma jovem que prosseguiu estudos em educação e tecnologia instrucional e que mantinha um vivo interesse pessoal pela Internet.

Quando finalmente definem as suas “regras” de acção os autores escrevem coisas como “use as TIC de forma entusiástica e ágil”, “desenvolva novos laços significativos e esteja especialmente atento para lograr integrar-se em novos círculos sociais que sirvam os seus propósitos”, “actue transitivamente, procurando pessoas para além dos seus amigos que lhe possam proporcionar acesso a novos mundos”, “actue como agente autónomo para cultivar as suas redes pessoais”, “monitorize e gira a sua reputação – a sua *marca* pessoal”, “gira bem o tempo, fazendo *multitasking* de forma estratégica” e assim sucessivamente, sonogando que nada no exemplo dado imediatamente antes indicia que as comunicações em rede podem ser causa de algo e não mera consequência.

Mais, parecem não se dar conta de que o *modus operandi* que propõem é um acomodamento, Bourdieu diria uma *doxa*, algo assumido como natural sem que se questionem as suas causas (e, portanto, uma reprodução acrítica das relações de domínio)<sup>64</sup>. Em que, para Zygmunt Bauman, por seu turno, dentro da sua predilecção pelo “líquido” que contrariamente ao sólido não mantém a sua forma, como metáfora descritiva para a impossibilidade de manter um projecto uniforme para vida, “as condições económicas e sociais precárias treinam os homens e as mulheres (ou fazem-nos aprender da maneira mais dura) para ver o mundo com um contentor cheio de objectos descartáveis, objectos para usar apenas uma vez (...) incluindo os seres humanos... Por outras palavras, os laços e as relações tendem a ser vistas e tratados como coisas para consumir, e não produzidas” (Bauman, 2000, pp. 162-163).

O “individualismo em rede” pode ser uma forma de articular co-presenças engendrando formas de socialidade na ausência, mas a “comunidade pessoal” não dispensa nem se pode fazer sem as demais “comunidades” nem as relações em rede são sustentáveis para o indivíduo se não chegarem a formar (pelo menos alguns) “grupos”. É necessário admitir que, no mínimo, o individualismo se faz acompanhar de uma paralela tendência para o “colectivismo em rede” (Baym, 2010, p. 91), o processo pelos quais grupos de pessoas unidas por dados interesses criam um sentido de entidade distribuído por múltiplas plataformas. Exemplos como o uso das tecnologias da localização na forma do geocaching (em que efectivamente a rede potencia a comunicação com perfeitos desconhecidos, porém “nos locais”, ao arripio do modelo de Wellman), que retornaremos no capítulo 7 e seguintes, revelam como as

---

<sup>64</sup> Partilhando da mesma opinião e diagnosticando explicitamente como “ideológica” a concepção de Rainie e Wellman veja-se Couldry (2016).

comunidades de interesse se desmultiplicam em diversos espaços com tanto mais sucesso quanto mais forte for o sentido de partilha, não de pura “informação”, nem de “pancadinhas nas costas” virtuais, mas quanto a actividade é acompanhada de efectiva “experiência” e envolvimento corpóreo.

Se por definição “um sítio de uma rede social é uma plataforma de comunicação em rede em que os participantes: 1) têm perfis únicos que os identificam consistindo em conteúdo fornecido por eles, por outros utilizador ou pelo sistema; 2) podem articular publicamente conexões que podem ser vistas e acedidas por outros e 3) podem consumir, produzir e ou interagir com fluxos de conteúdo gerado pelo utilizador fornecidos através das suas conexões no sítio” (Ellison, 2013), há que dar crédito às críticas da metodologia da análise de redes, percepcionando os indivíduos como nodos em torno dos quais surgiriam comunidades distribuídas, como não tendo devidamente presente que o facto de a morfologia delas tornar a comunicação independente de nós particulares tanto pode constituir um atalho como um beco, e por outro que a participação nas redes não constitui a única fonte de agência e, designadamente, que cooperação e interacção não constituem apesar de tudo a única base da vida humana e das relações sociais. Conflito e intracção são processos com igual peso.

Acresce que o individualismo em rede, conforme apresentado por Rainie e Wellman, enferma por ser uma forma eminentemente descritiva a que se admite chegar deterministicamente por uma tripla revolução – “The Triple Revolution (...) has given rise to far-reaching consequences” (Rainie & Wellman, 2012, p. 276) e ainda “this transition was driven by revolutionary developments in both transportation and communication” (Wellman, 2002) - cuja génese e motivos são tomados por evidentes como “*affordances* sociais da tecnologia” sem ter em conta as lições da história da inovação tecnológica e mormente tanto as da teoria da construção social da tecnologia como da tradição crítica do marxismo espacial e de Harvey em particular, os quais salientam a inadequabilidade de tomar quaisquer transformações tecnológicas por adquiridas e explicam como, regra geral, estas constituem formas de compressão espaço-temporal convenientes, quando não determinadas e coniventes, para e pela superestrutura económica.

Nos seus proponentes, já se viu, é frequente encontrar evidências da argumentação na sua realidade imediata. Rheingold, em particular, hiperabunda na ilustração do seu raciocínio com exemplos da sua vida pessoal, o mesmo se pode encontrar em figura tais S. Turkle e N. Baym.

Que Rheingold, por exemplo, veja uma demonstração do potencial do capital social em rede no facto de, tendo recentemente criado um blogue em que dava conta de ter cancro, ter em função surgido das brumas da memória um indivíduo que tinha tido tinha problema semelhante e a quem ele tinha apoiado numa campanha há 20 anos numa BBS ou que Baym relate como encontrou uma alma gémea da Eslováquia com quem mantém uma relação muito fraternal, não nos podem impedir de ver num caso que criar um blogue para falar no assunto não é prática comum entre as dezenas ou centenas de milhares de indivíduos que só em Portugal sofrem anualmente da mesma doença, nem que, no país do interlocutor, no segundo caso, a maioria da população, não falando inglês nativamente, não tenha facilidade suficiente para poder manter conversações aprofundadas e fazer amizades cosmopolitas.

A conceptualização do individualismo em rede é interessante na medida em que consegue ser

prescritiva para a extensão no plano pessoal daquilo que Castells identifica como *branding*, no entanto esta é uma realidade que faz mais sentido para indivíduos com elevada literacia mediática, cujo labor profissional envolve precisamente o ensino e a investigação das tecnologias de comunicação do que propriamente para a generalidade da população.

Nesta medida, o “individualismo em rede” esvazia e confunde ainda mais o conceito de comunidade. A ideia das “comunidades pessoais” é uma figura que pouco faz para aclarar, na própria formulação dos autores (supra) “o problema de como a estrutura alargada dos sistemas sociais afecta a composição, estrutura e conteúdos dos laços interpessoais”, a menos que se pretenda tornar “sistemas sociais” e “tecnologias da comunicação” sinónimos.

É uma óptica insuficiente que precisa do tipo de tempero que, entre muitos outros, Urry e Larsen e sobretudo Bourdieu e Boltanski lhe conferem: perspectivando-o no contexto mais alargado da organização económica e das mudanças culturais que esta engendra e notavelmente no plano do consumo e das múltiplas mobilidades envolvidas.

#### 4.3.1 UMA FLEXÃO IMPROVÁVEL: INDIVIDUALIDADE E PLATAFORMAS LOCATIVAS

*Ultima ratio* a conceptualização do “individualismo em rede” constitui mais uma oitava numa linhagem da teoria social de estirpe eminentemente iluminista e utilitarista para quem os seres humanos são uma massa homogénea na medida da sua comum capacidade racional em agir independentemente e os respectivos projectos de vida entendidos como gerados segundo um protótipo de desenvolvimento que vê a meta da realização pessoal à imagem da extensão da desregulação dos mercados, da liberdade económica e da consagração dos direitos à liberdade de pensamento e expressão. Cujá coroa de legitimidade é a obrigação do governo da coisa pública em garantir condições de igualdade (em particular o acesso à educação) para que a personalidade de cada um floresça e bem assim nas condições de acesso ao mercado de trabalho, mediante a contratação por concurso e alegado mérito. A partir daí a desigualdade, mormente de rendimentos, a afluência ou a pobreza de cada um é validada como motivo de resignação e questão de mérito ou falta dele<sup>65</sup>.

À sua margem, não obstante, subsiste um problema bastante mais grado, interessante e porventura determinante da conduta o qual não é como Wellman o formula (como “prosperar nas redes?”, seja, como retirar partido delas) mas antes **como manter a individualidade nas redes** (seja, como se diferenciar nelas)? A segunda pergunta é sociologicamente, do ponto de vista da reflexividade e da condição do indivíduo que se pensa a si próprio, a mais determinante, porque a individualidade, tal como o sentido de comunidade, regional, nacional ou outra, presume a demarcação de uma fronteira entre o “eu”, o “nós” e os “outros” erigida em função da presunção de uma diferença.

Assim, no quotidiano das redes sociais, o *self semiótico* (Wiley, 1994) está menos preocupado em prosseguir um raciocínio de utilidade (perguntando-se por hipótese: como é que eu vou mobilizar a rede para desempenhar melhor o meu trabalho?) como um de demarcação da sua *difference*

---

<sup>65</sup> Na formulação de Eagleton (1993, p. 23) em que “o sujeito burguês (...) deve assumir a carga do seu próprio (auto-)governo internalizado”.



(perguntando-se por hipótese: como é que eu vou demonstrar na rede que o meu *modus vivendi* é “satisfatório e sustentado?”), para usar a expressão de M. Archer).

Por conseguinte, do nosso ponto de vista, a questão eminentemente suscitada pela apropriação das redes não é o individualismo, seja distópico (como atomismo e neutralização da consciência social) seja utópico (a edificação de comunidades de capital social centradas no indivíduo) mas antes o vasto espectro de possibilidades que elas abrem para a **afirmação. Janelas de oportunidade para a confirmação e o protagonismo.**

A *individualität* como reacção romântica empreendida pelo indivíduo pós-iluminado que, liberto das grilhetas da religião, tendo adquirido liberdade de culto, do sangue, com a revolução francesa a extirpar largamente o feudalismo e o direito pelo nascimento, e das corporações medievais que conferiam estatuto pelo ofício, **reclama como corolário a diferenciação dos outros indivíduos** é de resto uma problemática já identificada como central por Simmel (Izenberg, 1992, p. 4; Phillips, 1990), levando-o a abrir a “Metrópole e a Vida Mental“ com a asserção em como “os mais profundos problemas da vida moderna derivam da tentativa do indivíduo em manter a independência e a individualidade da sua existência contra os poderes soberanos da sociedade, contra o peso da herança histórica e a cultura externa e técnica de vida” (Simmel, 1971, p. 324) e a definir o ser humano como entidade discriminadora (*unterschiedswesen*) e sujeita a conflitos em que “para todos os efeitos práticos, **aquilo que define a nossa posição no mundo**, toda a utilização dos outros seres humanos, repousa na **distinção** entre um ser humano e outro” (Frisby, 2002, p. 65; Simmel, 1971, p. 91)<sup>66</sup>.

Historicamente, a valorização da experiência subjectiva, correspondente ao ideal romântico da estima da emoção, do sentimento e da sensibilidade – ao surgimento do *homo sentimental*, na asserção de Illouz (2007, p. 11 e seg.s), como primeira forma de crítica artística do capitalismo e do industrialismo de que, por seu turno, segundo Boltanski e Chiapello (1999), o *conexionismo* seria a contemporânea forma - contra a lógica formal estreita do classicíssimo e subsequentemente herdada pelo “modernismo”, enfatizando a fluidez, a mudança e a transitoriedade das formas (Scott, 2006, p. 221) coincide, para o que interessa a necessidade de estabelecer uma ponte com o nosso trabalho, cruzando reflexividade com plataformas de comunicação móveis e locativas, com uma alteração substancial na concepção do lazer, como alvo de livre-escolha, campo de expressão do gosto e de afirmação individual (Cohen-Gewerc & Stebbins, 2013), e na experiência da viagem, associando-a nesse caso à deslocação e ao movimento

---

<sup>66</sup> Mais do que qualquer outro pensador clássico, Simmel inaugura assim uma linha de pensamento relacionando modernidade, cultura e mudança social (Hier, 2005, p. 142) que elege como preocupação central da Sociologia a forma pela qual a vida interior dos indivíduos tende a ser moldada pelos efeitos do aparato técnico da cultura externa, objectiva, e como estes lhe tentam resistir, afirmando a sua singularidade. Cujo legado encontra eco nas diversas gerações da Escola de Frankfurt, na Teoria da Acção Comunicativa de Habermas (Frisby, 1992, p. 115) e mais recentemente em Honneth, que a formula através da problemática do *reconhecimento*, mas que converge igualmente com o tema da *alienação*, caro ao pensamento marxista, na formulação do papel da indústria cultural, em Horkheimer e em Adorno, em Marcuse, através da denúncia da implantação de (falsas) necessidades materiais e intelectuais que perpetuam formas obsoletas da luta pela existência e na apropriação que deste último Feenberg mais recentemente faz na interpretação da acção ideológica da tecnologia como *código técnico*. Mas também, viu-se, na interpretação de Lefebvre relativamente ao carácter reprodutivo do espaço e, ver-se-á, no recorte da sociologia de Bourdieu, em que surge por analogia com os mecanismos do *habitus* como luta pela *distinção*, assumindo nesse caso uma feição classista em parte legada também dos *ständische lage* de Weber.

como expressões de liberdade e formas de escape (Cresswell, 2006; Rojek, 1993).

De facto, com o fim das guerras napoleónicas e em particular a partir de meados do século XIX, mediante o advento do transporte ferroviário, a viagem evolui para quem a podia sustentar de algo outrora situado entre a expedição filantrópica (em que pontificavam os relatos de navegantes, “descobridores” e navegadores a terras incógnitas), o paradigma elitista-formativo do *Grand Tour* e o motivo ficcional de reflexão utópica (e.g., as “Viagens de Gulliver” de Swift, o “Micrómeças” de Voltaire). Para o sujeito romântico, a viagem converteu-se numa experiência pessoal e o seu relato numa forma de expressão autobiográfica marcada por impressões particulares (Porter, 1997, p. 135 e seg.s).

Na sociedade vitoriana surgem as primeiras agências de viagens e dá-se início ao turismo de massas, propondo uma emulação da viagem literária, a deslocação como olhar indulgente em que tendo virtualmente deixado de haver lugar para o espaço inexplorado, se pretende ainda assim uma experiência em segunda mão dos olhares de Goethe ou de Byron.

O turismo de massas revelar-se-ia, todavia, incompatível com o ideal romântico da experiência única e do sujeito criativo, por falta de espaço (seja, por não haver já nada que “descobrir”) e porque nem todos têm veia de poeta. Ainda assim, a literatura de viagens, na sua forma actual, popularizada através do **seu relato nas plataformas sociais incorporando a localização, mantém algo desta exegese: a possibilidade de uma exteriorização da subjectividade, a crença individual numa experiência única e digna de relato; uma necessidade de diferenciação pela reflexão.** Assunto que haveremos de voltar no caso alvo de estudo.

#### 4.3.2 E UM ALONGAMENTO NECESSÁRIO: BOURDIEU E OS MÉDIA COMO PRÁTICA

Na óptica da Antropologia dos Média, perfilhada por Postill (2008, 2011), e sugerida entre outros por Morley (acima, p.51) como correctivo à perspectiva mediocêntrica que vimos enformar o individualismo em rede de Wellman, à escala global, um modelo que oponha a comunidade de proximidade à comunidade virtualizada (aespacial) *tout court*, simultaneamente fetichizando as *redes* e assumindo de forma insuficientemente problemática o individualismo como “atitude natural”, é simplista e não tem em consideração que a morfologia social conhece inúmeras formações de que a “comunidade virtual de prática” é apenas uma faceta. Família, grupo de pares, clãs, cultos religiosos, coortes, estratos-etários, clubes *et cetera*... arvoram fidelidades que fazem com que embora as práticas pessoais em rede sejam inerentemente egocêntricas e dispersas elas não sejam igualmente indiferentes aos domínios sociais que atravessam, impondo fidelidades e coerções locais a que indivíduo nunca se furta nem dispensa inteiramente. Assim, mais do que uma discussão do foro do “idealismo normativo” implícito na quimera da “comunidade” (mas também na “esfera pública” de Habermas) de um lado e das “redes” do outro, o autor entende - nisso igualmente em consonância com Couldry (2003b, 2004) - que a comunicação mediada deve ser estudada na óptica do conceito bourdesiano de “campo social”.

À semelhança da oposição entre transmissionismo e ritualismo (acima, p.42), inclinando-se para o segundo e desdenhando o “compromisso ingénuo da análise de redes para com a interacção como base da vida social (...) incapaz de inteligir a rede invisível de relações objectivas que agregam os agentes

humanos dentro de um espaço cultural comum”, no seio mas também aquém e para além das redes sociotécnicas, a crítica de Postill (2008, p. 5) deve ser entendida no contexto do esforço de constituir um “novo” paradigma de estudo dos “Média como Prática”, cujas preocupações surgem sintetizadas num volume por si co-editado (Postill & Bräuchler, 2010), mas também no esforço autónomo de Couldry (2012, p. 55 e seg.s). Este distinguir-se-ia alegadamente por “tratar os média como um conjunto aberto de práticas relacionando-se com ou em torno dos média”, tendo como objectivo “descentrar a pesquisa dos média dos produtos ou estruturas de produção (...) e redireccioná-la para o estudo das práticas focadas directa ou indirectamente nos média” (Couldry, 2010a, pp. 36-37).

Trata-se de evoluir para além do estudo ora dos “efeitos mediáticos” ora das “audiências”, tidos por excessivamente centrados na recepção e de rejeitar o pressuposto de inspiração funcionalista quanto à existência de um “ecossistema mediático” como totalidade. Embora possamos viver numa cultura saturada pelos média, aduz-se, não é líquido que como indivíduos nós o estejamos individualmente. Por outro lado, a importância das instituições mediáticas é frequentemente sobrevalorizada na medida em que elas são veiculadoras de um discurso auto-justificativo em que, tendo a facilidade em marcar a agenda, uma vez que são elas quem em larga medida definem o “espaço público”, tendem a cultivar a imagem de que estão no centro da discussão do funcionamento da sociedade como um todo.

A óptica da “economia política dos média” (Fuchs & Mosco, 2015, 2016; Graham, 2002; Mosco, 2009; Wasko, Murdock, & Sousa, 2011) é assim percebida como complemento indispensável mas igualmente insuficiente para fazer sentido da forma como as pessoas individualmente coordenam as suas práticas mediáticas e atribuem sentido às suas acções (apelando, neste caso, às preocupações da etnometodologia - *cf.*, abaixo, p. 150 e seg.s). Por seu turno, ela confere um déficit de atenção a áreas tão importantes como a forma como os indivíduos usam os média pessoais de massas para contar histórias sobre si próprios (apelando, neste caso, igualmente, à necessidade de reintrodução do paradigma narrativo - *cf.* abaixo, p. 245 e seg.s), para coordenar os eventos familiares, de modo a apoiar processos de educação formal e informal etc... Sobretudo, ela não permite facilmente entender como os diversos tipos de práticas de consumo e uso dos média são mutuamente generativas; não permite discernir padrões e ordens de importância; “como umas práticas ancoram outras práticas, produzindo uma hierarquia de práticas ao mesmo tempo que contribuem para a ‘estrutura’ dentro das quais essas outras práticas ocorrem e de onde retiram o seu significado” (Couldry, 2010a).

Para perceber se as práticas através da comunicação mediada têm um papel especial em determinar outros tipos de práticas, mormente na medida em que veiculam imagens e representações do mundo social, torna-se assim necessário descer aos domínios da etnografia ou da etnologia virtual, adoptando metodologias eminentemente qualitativas.

Esta sugestão de deriva para o intensivo é compreensível atendendo ao influxo antropológico dos proponentes, conhecendo não obstante igualmente uma colação fortemente sociológica, em especial através do trabalho de Couldry (2000a, 2000b, 2003a), cuja asserção fundamental consiste numa aproximação a Durkheim, de quem adapta os conceitos de categorias sociais e de prática ritual, porém recusando qualquer essencialismo ou poder explicativo ao conceito de “sociedade”, assumindo tal Urry

(2000) o seu desajuste, ao mesmo tempo que tenta capitalizar o trabalho de Silverstone no tocante à “domesticação” da tecnologia e à sua incorporação em contexto doméstico (Couldry, Livingstone, & Markham, 2007).

Assim, os proponentes dos estudos dos média – *cf.* ainda no mesmo sentido, entre outros, Benson (1999), Park (2011), Papacharissi e Easton (2013) – como prática pretendem encontrar um apoio no trabalho de Bourdieu para quem esta se baseia nas disposições inerentes ao *habitus* manifestando-se através de improvisos estratégicos – em função dos objectivos e interesses prosseguidos – em processos de negociação limitados pelas pressuposições quanto às regras admissíveis.

É uma opção que faz o seu sentido, procurando furtar-se ao debate tendencialmente estéril dos conceitos através da recuperação da comum preocupação do sociológico francês em ultrapassar o dilema subjectivismo *versus* objectivismo<sup>67</sup> em termos distintos por exemplo de uma dialéctica feita em torno da teoria da estruturação de Giddens, por oposição ao qual existe uma preocupação bastante mais palpável na consistente articulação entre as ideias e um referencial empírico de práticas e mecanismos facilmente reconhecíveis e operacionalizáveis. O conceito de campo social em Bourdieu permite adoptar um enfoque intermédio<sup>68</sup>, consistente com a sugestão de Merton (1968, p. 39 e seg.s) quanto ao nível de análise conveniente para conciliar as dimensões teórica e imediata da pesquisa, permitindo ligar a visão macro da economia política dos média e uma visão tipicamente focada na produção mediática e cultural com o seu consumo/recepção, articulando os processos de mudança entre o espaço das experiências mediáticas e os demais sectores da sociedade (Benson, 1999) e, através do *habitus*, os arranjos estruturais e a acção individual (Park, 2011).

Introduzir Bourdieu no debate é igualmente relevante porque o seu pensamento é congruente com a concepção do indivíduo como *unterschiedswesen* em Simmel, que anima a nossa hipótese de trabalho, de acordo com a qual a introdução da localização na comunicação é apropriada na afirmação do sentido de lugar dos seus utilizadores. E também na medida em que nos faça ver, nos seus termos, como a utilização pelos proponentes do “individualismo em rede” do conceito de “capital social” é selectiva e porventura incompleta; que o princípio subjacente à dinâmica dos campos sociais é sempre e eminentemente o da distinção e da competição pela definição das práticas legítimas e da atribuição de valor aos recursos pelos quais se compete; que “complexidade, capacidades e carácter de qualquer

---

<sup>67</sup> O primeiro (subjectivismo) consiste na relativização da realidade, assumindo de preferência o ponto de vista micro dos sujeitos e catalogando de forma eminentemente descritiva os seus distintos pontos de vista sem se chegar a vislumbrar o espaço social (problema latente por exemplo nas aproximações fenomenológicas e etnometodológicas), o segundo (objectivismo) na crença de se ter um sistema de categorização e classificação neutro, passível ora de o captar assepticamente (como nas aproximações que enfatizam ao extremo as técnicas estatísticas e quantitativas) ora de lhe imputar propriedades derivadas dos modelos gizados acima dele (como em certas variantes funcionalistas, estruturalistas e marxistas). Contra ambos Bourdieu sugere a adopção de um método relacional e de uma sociologia reflexiva, meta-crítica, que questione os seus próprios métodos e formas de pensar através de uma teoria do poder simbólico e da economia das práticas cuja principal função é revelar os meios através dos quais os sistemas de domínio se impõem aos indivíduos sem que estes o reconheçam. *Cf.* especialmente Bourdieu (2000, pp. 188-189) e ainda Packer (2011, pp. 316-317), Bourdieu (1990a); Swartz (1997, pp. 52 e seg.s e 270 e seg.s) e Bourdieu e Wacquant (1992).

<sup>68</sup> No mesmo sentido, Lahire (2002, p. 35), manifestando simpatia por Bourdieu, porém acrescentando-lhe um “pitada de sal”, após enumerar com alguma exaustão os seus limites, estabelece que vocacionalmente a teoria dos campos “representa uma teoria regional do mundo social”.

agente particular não são devidos à sua submissão ou à sua liberdade num campo, mas antes à particularidade da sua trajectória de vida dentro e entre um conjunto deles” (Benson, 1999) em que a acção e o significado individuais são simultaneamente “pessoais e subjectivos enquanto ao mesmo tempo formam um *feedback loop* com as estruturas sociais objectivas” que fora dele residem (Papacharissi & Easton, 2013, p. 173) e em que mais do que qualquer outro o campo do poder e a competição pelo estatuto são centrais (Swartz, 1997, p. 143 e seg.s), sendo aos Mass Média atribuído um meta-capital (Couldry, 2004; Couldry & Curran, 2003) e por maioria de razão aos media pessoais de comunicação de massas uma meta capacidade de distinção corporizadora de uma vontade de individualidade e diferenciação (Simmel, 1971) em que a motivação dos actores sociais é invariavelmente animada pela determinação em extrair o máximo de capital mormente simbólico de cada troca nas redes.

De facto, estas últimas são por definição sistemas simbólicos cuja natureza repousa na sua natureza classificatória sobre a lógica binária codificada na própria linguagem da exclusão e da inclusão e do contraste entre o está dentro e fora, mas também do que é abundante e raro, do que o que é distinto e do que é vulgar.

## Capítulo 5 - DA NATUREZA DA CULTURA DIGITAL

Concluimos o capítulo anterior com a sugestão de que a óptica da análise de redes relativamente ao engendramento de comunidades pessoais em que se forjam ligações ao arrefecimento dos lugares perpetua a clivagem artificial entre espaço e ciberespaço, encontrando-se inadvertidamente comprometida com a lógica de domínio do aparato pós-industrial, crescentemente abstractizante do espaço social, devendo ser preterida à conceptualização das práticas mediadas como extensões dos campos de prática social que lhes pré-existem e nelas continuam a manifestar-se. Neste sentido prosseguimos com uma incursão por Bourdieu, complementando-o com alguns autores que permitem pensar o recorte e a acção mutuamente generativa entre a cultura contemporânea, privilegiando as formas “digitais”, e os correspondentes “novos média”.

### 5.1 DA CONECTIVIDADE COMO *DOXA*. UMA REAPRECIAÇÃO DA COMUNICAÇÃO MEDIADA POR COMPUTADOR NOS TERMOS DE BOURDIEU

“(…) só se pode passar para além da alternativa dos modelos energéticos que descrevem as relações sociais como relações de força e dos modelos cibernéticos que fazem delas relações de comunicação, na condição de se descreverem as leis de transformação que regem a transmutação das diferentes espécies de capital em capital simbólico e, em especial, o trabalho de dissimulação e de transfiguração (de eufemização) que garante uma verdadeira transubstanciação das relações de força fazendo ignorar-reconhecer a violência que elas encerram objectivamente...”  
Bourdieu (2001, p. 15)

“A lógica industrial dos média sociais estimula os seus utilizadores/prosumidores a pensarem nos seus pares, seja amigos próximos seja conhecidos distantes, como audiências das suas próprias performances de estilo de vida.”  
Jansson (2015, p. 83)

Bourdieu oferece-nos uma visão da vida social como palco de conflitos de interesse nos diversos campos em que os indivíduos se posicionam e em que em função dos seus *habitus*, individuais e de classe, esgrimem os respectivos capitais, mormente cultural e simbólico, tentando manter o seu estatuto. Mostra igualmente como desenvolvem em função dessa necessidade estratégias de diferenciação e formas de gosto próprios em que a cultura, veiculando sistemas de significação hierarquizados, constitui um instrumento de domínio e o consumo de bens culturais, como no consumo conceptual virtual, se inscreve numa vontade de distinção social.

A vasta obra de Bourdieu pode assim ser mobilizada nos termos do debate de que nos ocupamos, a acção individual e a organização social em redes articuladas através do uso dos meios de comunicação mediada. Para tal, torna-se conveniente recordar brevemente os traços gerais de alguns dos conceitos *pivô* nela destilados, passíveis de serem subsequentemente usados como “ferramentas para pensar” (Jenkins, 2002, p. 40).

O primeiro e mais basilar é porventura, num esforço de superar a oposição entre indivíduo e sociedade e entre subjectivismo e objectivismo, edificando uma “teoria do modo de geração das práticas

(...) como base para uma ciência experimental”<sup>69</sup> (Bourdieu, 1977, p. 72) o conceito de *habitus*<sup>70</sup>, correspondente às disposições mentais e cognitivas através das quais as pessoas lidam com o mundo. Trata-se do produto da internalização das estruturas do mundo social, adquirido pela socialização e pela ocupação prolongada de uma dada posição social. É por conseguinte um fenómeno simultaneamente individual e colectivo na medida em que as pessoas que ocupam posições similares tendem a desenvolver *habitus* idênticos (Ritzer & Goodman, 2004, p. 520 e seg.s). Cada indivíduo é eminentemente uma variante de um *habitus* de classe (Bonnewitz, 2002, pp. 65-67; Jenkins, 2002, p. 40 e seg.s; Packer, 2011, p. 317 e seg.s; Reed-Danahay, 2005, p. 99 e seg.s).

O *habitus* de cada indivíduo é fruto do seu percurso pessoal e da sua existência num dado contexto histórico (por conseguinte os *habiti* variam ao longo do tempo), ele inclina, mas não determina necessariamente o comportamento<sup>71</sup>. A passibilidade do livre-arbítrio é tanto maior quanto mais o indivíduo seja capaz de reflectir sobre o seu próprio *habitus*, condição do conhecimento objectivo e da prática científica, inclusive sociológica.

Como moldura mental o *habitus* é relativamente estável, sendo transponível de um contexto para o outro. Consistindo nos nossos pensamentos, preferências, convicções, interesses e entendimento do mundo à nossa volta, criados em primeira mão através dos ambientes familiares, cultural e educativo (percurso escolar), ele encerra simultaneamente o potencial de influenciar as nossas acções e de construir

---

<sup>69</sup> Mais ambiciosamente, uma “Ciência das relações dialécticas entre as estruturas objectivas em relação às quais o modo de conhecimento objectivista confere acesso e às disposições estruturadas dentro das quais essas estruturas são actualizadas tendendo a reproduzi-las”, permitindo uma “teoria da teoria e das práticas inscritas” a partir da ruptura com o conhecimento “fenomenológico” primeiro e “objectivista” depois (Bourdieu, 1977, p. 3) e uma leitura crítica que consoante amiúde exposto no presente trabalho, entendemos, em companhia – cf. por ex. de Webster (2002) -, ser pertinente no domínio dos estudos das tecnologias da informação.

<sup>70</sup> O *habitus* pode de outro modo ser sinteticamente definido como “sistemas de disposições duráveis, transponíveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, como princípios que geram e organizam práticas e representações que podem ser objectivamente adaptadas aos seus resultados sem pressuporem uma busca consciente dos fins ou um domínio explícito das operações necessárias de forma a atingi-los” (Bourdieu, 1990b, p. 53), como “dialéctica da internalização da externalidade e externalização da internalidade” (Bourdieu, 1977, p. 72) ou ainda enquanto “princípio generativo de julgamentos objectivamente classificáveis e sistema da classificação (*principium divisonis*) dessas práticas” (Bourdieu, 1984, p. 170), na medida em que é inseparável do idiolecto individual e respectivas estruturas mentais que até certo ponto são por sua vez produto da incorporação das estruturas sociais e do *habitus* dos grupos em que se nasceu e dos campos sociais onde se movimentou. Tendo em vista escapar ao realismo objectivo da estrutura, Bourdieu avança assim uma concepção relacional das práticas sociais alternadamente focada no *opus operatum* (estruturas estruturadas, objectivas, resultado das práticas) e no *modus operandi* (na actividade produtora da consciência, estruturas subjectivas, estruturantes, modo de operação das práticas) - cf. Bourdieu (2001, p. 16) -, em que a realidade social não constitui uma totalidade que se tenta compreender retrospectivamente mas um conceito construído pelo confronto dos actores que precisa de ser entendida a partir destes e da espontaneidade inconsciente e pré-reflectiva da sua acção. A “criatividade” é possível, mas só na medida em que o indivíduo esteja criticamente consciente dos seus condicionamentos, de outro modo a externalização dos esquemas inconscientemente adquiridos serve meramente para dar uma ilusão de espontaneidade, perpetuando a reprodução da ordem social e as lógicas de classe ou outras.

<sup>71</sup> Para uma perspectivação da acção no quadro das *affordances* das plataformas sociais em rede contemporâneas como forma de *habitus dos média sociais* vejam-se Papacharissi e Easton (2013) e Park (2011)., os quais sugerem que o inenso da mudança e do “novo” constituem uma forma de arquitectura social e de moldura disposicional, uma espécie de *habitus digital* que simultaneamente constriange mas também convida à agência e à “remediação” - no sentido originalmente impresso por Bolter e Grusin (1999), por seu turno fenomenologicamente formulado por Arnold (2003) como *dupla face de Janus* dos dispositivos móveis e por Mark Poster (1999) como *sobre e subdeterminação* dos novos média.

o nosso mundo social bem como de sermos influenciados pelas externalidades.

Os mundos internos e externo são assim concebidos como esferas interdependentes e mutuamente constitutivas sendo o *habitus* algo que não resulta nem inteiramente da escolha nem da determinação estrutural. Ele é o produto *híbrido* da inter-relação entre ambos, da experiência ao longo do curso da vida que gera determinadas **disposições**, fruto das lições aprendidas dos eventos passados (da memória) e das condicionantes estruturais presentes, percebidas de forma particular e em larga medida involuntária em função dos primeiros.

Assim, na **prática**, as pessoas actuam de uma forma geralmente “razoável”, mas nem sempre “racional” No dia-a-dia, na tomada de decisão, o sentido prático e a predisposição inconsciente frequentemente preponderam.<sup>72</sup>

As práticas sociais decorrem dentro do que Bourdieu define como “**campos sociais**”, estruturas de enquadramento em que o *habitus* opera e arenas em que os indivíduos expressam a reproduzem as suas disposições e onde competem pela distribuição dos diversos tipos de influência e capital.

Cada campo social, cada esfera da vida social, é assim constituído e concebido como uma “rede ou configuração de relações objectivas entre posições”. Esta objectividade das condições de existência determina que cada ocupante, agente ou instituição tenha uma ideia da posição que presentemente ocupa no espaço social bem como daquela que pretende ocupar no futuro procurando alternadamente mantê-las ou fomentá-las (Bourdieu, 1984, p. 169 e seg.s; Bourdieu & Wacquant, 1992) e constitui a característica que torna o autor apelativo para quem procure um complemento ao interaccionismo simbólico, o qual propende a considerar que as interações subjectivas constituem o númeno da prática<sup>73</sup>. Na acepção de Bourdieu o contexto e a prática mais do que outra coisa são determinantes na

---

<sup>72</sup> Os esquemas perceptivos que constituem o *habitus* envolvem duas componentes: *ethos* e *hexis*. Ambas orientadas para a prática, elas regem-se por princípios instintivos e automáticos. No primeiro caso trata-se da forma interiorizada da moral que rege a conduta quotidiana, em última análise dos pré-juízos e dos pré-conceitos, operando independentemente de uma reflexão ponderada sobre a “ética” que racionalmente os pode justificar. No segundo caso trata-se da dimensão performativa, do posicionamento físico do próprio corpo, em última análise da proxémica e do domínio relativo à distância a manter face aos interlocutores, dos comportamentos admissíveis no espaço social *et cetera*. Para Bourdieu estes automatismos do corpo, cristalizados através da interacção com o ambiente circundante, são em grande parte responsáveis pelo nosso sentido de intuição, sentimentos guturais e senso comum (Throop & Murphy, 2002, p. 188).

<sup>73</sup> Em contrapartida há quem aponte precisamente a subestimação da lógica estratégico-racional das interações no jogo social e a sobrestimação das lógicas normativa, das posições, e prática, das disposições, como uma das principais lacunas de Bourdieu. Mouzelis (1995, p. 101 e seg.s; 2008, p. 131 e seg.s) em particular critica o facto de o cálculo racional e reflexivo ter um lugar muito limitado, emergindo nas circunstâncias de incongruência entre as disposições e as posições individuais. A solução que aponta consiste em adicionar um elemento adicional, inspirado no conceito de figuração proposto por Elias (2012b) – para quem a organização social em cadeias ou redes de indivíduos interdependentes e abertos constitui uma característica da espécie humana –, ao modelo “Estruturas Sociais -> Disposições -> Práticas” de Bourdieu de forma a acomodar a possibilidade da reflexividade igualmente quando existem contradições intra-*habitus*, isto é, conflitos do indivíduo com a sua própria consciência (intração) e quando existem incongruências entre disposições, posições e “estruturas figuracionais”. Van Krieken (1998, p. 56), por seu turno, nota que retenção do termo “estrutura” junto com “configuração” provavelmente seria rejeitada pelo próprio Elias na medida em que remete para o domínio das acções actor-a-actor e é por Mouzelis distinguido das “estruturas institucionais” quando para o sociólogo alemão as últimas são elas próprias configuracionais (Elias, 2008, p. 143). Em alternativa, Elder-Vass (2010, p. 108 e seg.s) admite a possibilidade de conciliar Archer com Bourdieu, ultrapassando a acusação de conflacionismo feita ao segundo através de uma interpretação emergentista da sua concepção de como o *habitus* é internalizado, permitindo distinguir entre a coisa e as suas consequências causais sem subsumir indivíduo e estrutura e admitindo



definição do *habitus* (“uma estrutura estruturante e estruturada”) e é este que permite manter os sistemas respectivamente de esquemas geradores de condutas e práticas classificáveis e de percepções e apreciações (gosto) a que o indivíduo se refere quando têm de agir.

Na metáfora espacial da sociedade em Bourdieu<sup>74</sup> (Bonnewitz, 2002, p. 41 e seg.s; Swartz, 1997, p. 117 e seg.s), os campos sociais são assim campos “socais” (de conflito, luta e violência simbólica) e os instrumentos empregues neste confronto são as formas de capital (sucessivamente social, cultural, económico e simbólico) que os agentes mobilizam diferencialmente consoante a posição que ocupam e o “saldo” que ela de antemão confere e pelos quais competem, tentando acumulá-los. Segundo a reconhecida lógica em como “capital gera capital”.

Como ferramenta de domínio e poder, o conceito de capital vai além do puro **capital económico** (posse de recursos materiais e monetários em sentido estrito), incluindo notavelmente os círculos de conhecimentos e relações (o **capital social**), o saber, experiência e qualificações (**capital cultural**) e o prestígio e reconhecimento granjeados e correspondentes rituais e salamaleques (protocolos) de reconhecimento (**capital simbólico**).

Estes quatro tipos de capital<sup>75</sup> exponenciam-se mutuamente e podem gerar sinergias entre si. O

---

que as acções podem ser determinadas tanto pelo *habitus* como pela reflexão deliberativa, sem necessidade de os opor. Essencialmente, trata-se de ver o *habitus* não como uma incorporação da estrutura no indivíduo, mas como o desenvolvimento de uma reacção disposicional ou estado mental do indivíduo face à estrutura. Ainda noutra veia, porventura mais próxima das nossas preocupações e inclinação, Burawoy (2012), pelo seu lado, coteja Bourdieu com Gramsci concluindo pelo interesse de introduzir o segundo onde o primeiro se mostra débil: na inexistência de uma teoria da mudança social consistente associada ao desencontro entre *habitus* e campo social. Assim, sugere, reflectindo sobre o campo das relações laborais e o cruzamento nele do *homo habitus* com o *homo ludens* (que o mesmo é dizer, sobre a estratégia de ludificação do trabalho, introduzindo na sua organização elementos de *gamificação* subsequentemente estendidos à sua indiferenciação na comunicação em rede, consoante o “novo espírito do capitalismo”, na formulação da “sociologia pragmática” de Boltanski), o problema do “não reconhecimento” em Bourdieu, associado à manufactura do consentimento mediante o *habitus* como caixa negra imperscrutável, deveria ser complementado com os conceitos de “mistificação” e de “hegemonia”, admitindo a sua emanção da estrutura independentemente dos *habitus* individuais, de forma a melhor conceber a possibilidade da transformação a partir seja da desmontagem da primeira seja da contestação da segunda; ora organicamente, como crise entre o balanço de forças entre as classes, ora como “guerra de posições engendrada a partir de baixo”, através do motor do “bom senso”, cuja operatividade ilustra com o tipo de reacção popular que levou ao colapso das economias de planeamento central do bloco de leste.

<sup>74</sup> Cujas síntese mais clara, pelo próprio punho, formulando explicitamente a sociologia como “topologia social”, se encontra no capítulo final do volume editado por J. Thompson (Bourdieu, 1991, pp. 229-251).

<sup>75</sup> Ao longo da sua obra Bourdieu deriva outras conceptualizações de “capital” (e.g. “capital humano”, “capital linguístico”, “capital científico” etc...). Para uma síntese pelo próprio veja-se Bourdieu (1986) em que se define em género capital como trabalho acumulado e forma reificada e apropriável da energia social. Especificamente sobre “capital cultural”, Paul DiMaggio fornece uma excelente introdução e resenha de aplicação na respectiva entrada em Ritzer (2005b, pp. 167-170) enquanto Nick Couldry em Swartz e Zolberg (2004, p. 167 e seg.s) articula a moldura bourdesiana para reflectir sobre os média como campo social e sistema simbólico charneira em conformidade dotado de um meta-poder. Já sobre o conceito de “capital social”, porventura o mais aplicado à compreensão das modernas plataformas de comunicação em rede, entre muitos outros, destaquem-se Field (2008), Huysman e Wulf (2004), Castiglione, Deth & Wolleb (2008); Lin, Cook & Burt (2001) nos quais o pensamento de Bourdieu surge cotejado com as diversas teorias do capital social e os seus principais pensadores, tais Putnam e Coleman. Trabalho especialmente bem empreendido ainda no segundo capítulo de Lin (2001) em que as discussões bourdesianas dos capitais social e cultural surgem filiadas dentro do grupo das teorias do “neo-capital”, que se distanciam da tese “clássica” de Marx quanto às relações sociais como forma de exploração consistindo na apropriação da mais-valia entre os valores de uso e troca na medida em que reconhecem a possibilidade das massas poderem investir e adquirir formas de capital próprio. Assim, o capital cultural é integrado como parte da economia simbólica pela qual se opera a reprodução dos significados e valores dominantes através da sua internalização e não reconhecimento, enquanto o capital social se compreende como parte dos

capital económico pode atrair capital social, mas os capitais cultural e simbólico podem igualmente ser determinantes - pense-se por exemplo na passibilidade constatada na sociedade norte-americana em ver ora heróis de guerra, (*e.g.* Washington ou Eisenhower), ora vedetas de cinema (*e.g.* R. Reagan e A. Schwarzenegger), ora figuras mediáticas (*e.g.* D. Trump) a chegarem a adquirir posições de liderança política.

O capital cultural ocupa uma posição charneira na medida em que permite exercer um domínio não-económico através do que Bourdieu chama “**distinção**”, o processo pelo qual as classes sociais se tentam diferenciar pelo eclectismo do sentido “gosto”, perseguido em particular pelas classes dominantes, cujo comportamento as classes intermédias (burguesia) tentam emular, enquanto as classes populares lhe desenvolvem estratégias reactivas de resistência em que entre outros repudiam a “cultura” como efeminamento.

É o capital cultural que permite a subjugação tácita ao inscrever a ordem social nas mentes individuais através de “produtos culturais”, incluindo sistemas de educação, linguagem, julgamentos e valores que constituem os métodos de classificação das actividades da vida quotidiana, conferindo a cada um o sentido do seu lugar na hierarquia social. Arvorando em última análise “O Racismo da Inteligência” (Bourdieu, 2003, p. 277 e seg.s) e a justificação da desigualdade em função do pergaminho académico e do acesso à educação. Correspondentes ao cenário extremo da deferência para com “os senhores doutores” de quem em Portugal a classe médica remanesce porventura um dos derradeiros corifeus, porventura por um misto de talento em quartar o acesso ao respectivo campo e pelas circunstâncias específicas do seu labor que captura os indivíduos em instantes de fragilidade (debilidade física) levando-os a extremos de deferência com que procuram assegurar, mais do que noutros campos, reciprocidade na atenção. O mesmo no caso do pároco e do juiz, posições sociais igualmente revestidas de fortes capitais simbólicos e culturais, o primeiro tradicionalmente pela função chave de dispositor de costumes na comunidade e o segundo como repositório da reserva de aplicação da protecção coactiva.

Nas sociedades industriais e pós-industriais, em que, ao contrário do que sucedia no antigo regime, está ausente uma hierarquia social juridicamente consagrada, e em que os indivíduos são *de jure* todos iguais, a distinção/diferenciação pelo gosto e pelos modelos culturais pressupõe estéticas de classe extensível a todos os aspectos de vida, determinando os aspectos aparentemente mais comezinhos, como o que comemos, com quem conversamos, o que vestimos, como manipulamos os talheres, em que circunstâncias e de que maneira admitimos assoar o nariz (Grenfell & Hardy, 2007, p. 45) mas também em que plataformas de redes sociais estamos presentes e o que aí publicamos, que LCD escolhemos para colocar na nossa sala de estar e assim sucessivamente.

Em suma, *habitus* e estratégias de distinção estão na base da prossecução de determinados estilos de vida<sup>76</sup>.

---

processos de solidariedade e reprodução no seio dos grupos através do investimento no mútuo reconhecimento.

<sup>76</sup> Neste particular, apesar de rejeitar o *habitus* - seja porque entende que este deixa pouca margem para a capacidade da reflexividade afectar a acção individual seja por presumir que no mundo contemporâneo as mudanças de posição são tão céleres e a *desrotinização* tão prevalecente que dificilmente permitem aos indivíduos desenvolver um *habitus* - Archer (2007, p. 38 e seg.s) converge com Bourdieu. A reflexividade e a organização dos processos de conversação interna tal como o *habitus* remetem *ultima ratio* para a geração de determinados

Na moderna sociedade informacionista, a busca da distinção mantém-se. Porém, com o acesso massificado aos meios de produção e consumo culturais a diferenciação e hierarquia sugeridas por estes últimos esboroaram. Uma ida ao Teatro Nacional S. Carlos pode ainda ser uma apologia de classe, mas de forma menos evidente<sup>77</sup>. O fraque e a vestimenta formal por exemplo já não constituem um marcador e um requisito de participação e é tão provável encontrar um jovem com calças de ganga e ténis como uma senhora de meia-idade envergando *vison*.

A autonomização da cultura num campo próprio, com actores especialistas reivindicando em função capital simbólico, como jornalistas e críticos de Arte, TV e cinema afrouxou da mesma maneira que a diferenciação entre os próprios sistemas culturais com códigos simbólicos próprios cedeu o passo às plataformas da dita agremiação da inteligência colectiva em que qualquer um pode intervir.

Para muitos actores sociais tal representou em primeira instância uma possibilidade de reclamar o estatuto simbólico de produtor de signos. Algo que podemos fazer equivaler à etapa dos blogues, constituídos em função de temáticas específicas, os protagonistas mais talentosos dos quais chegaram de facto a fazer vingar a sua estratégia, vendo-se cooptados para o domínio institucional mediante convites para manter colunas nos jornais ou para participar em programas de televisão.

Estes constituem, porém, apesar de tudo uma minoria distinta da experiência da generalidade dos utilizadores activos da Internet, para estes últimos ela pode quanto muito servir como reclamação de capital cultural e simbólico quando plataformas com o LinkedIn são usadas como mostruários reclamadores de competência, mas para quem não logra visibilidade, o círculo de possíveis impactos e o referente da conduta restringe-se aos universos pessoais, aos círculos familiares, de amizade e comunhão laborais. Nestes, o impulso determinante não consiste tanto em se pretender arvorar em agente autónomo produtor de códigos simbólicos mas meramente em servir o propósito de esgrimir e confirmar o seu modo ou estilo de vida particulares, como consoante a imagem que o próprio faz de si e do que os outros farão de si, apresentando-a como familiarmente bem-sucedida, socialmente integrada

---

estilos de vida que se tentam manter. Para a compreensão destes Sayer (2005, p. 22 e seg.s; 2010, p. 108 e seg.s) e Mouzelis (2008, p. 208) confluem no diagnóstico da necessidade em compatibilizar *habitus* e reflexividade. Sendo certo que das objecções de Archer a segunda é pouco aguda e pode ser descartada na medida em que mesmo nas sociedades contemporâneas os indivíduos continuam sujeitos a ciclos de vida com etapas perfeitamente demarcadas. Subsiste assim a primeira. De facto, se Bourdieu é porventura excessivamente determinista, Archer em contrapartida é excessivamente racionalista. Ao mesmo tempo, podemos admitir que a reflexividade em Bourdieu é mais exigente do que em Archer, podendo argumentar-se que ela também não é sempre necessariamente emancipadora. Para Bourdieu a reflexividade consiste no confronto do próprio consigo mesmo, na capacidade de reconhecer o carácter estruturado de quem se é e assim o poder transcender.

<sup>77</sup> Tal não é de todo sinónimo que as distinções de classe tenham desaparecido. Na veia de Veblen (2007), as elites dominantes continuam a arvorar estilos de vida eminentemente baseados na fruição e consumo de espaços de acesso limitado. A nossa argumentação vai meramente no sentido de admitir que embora o capital económico continue determinante, a cultura massificada na sua forma homogeneizante e global tende a permear igualmente todos os estratos sociais. Os espaços da comunicação virtual, em particular caracterizam-se por um regime de acessibilidade potencialmente igualitário. De outra forma, indícios existem de que as estratégias de reprodução da ordem social identificadas por Bourdieu mantêm acuidade. Neste sentido, e em particular no que toca a perenidade da estratégia de reprodução sucessoral, veja-se por exemplo o recente trabalho provocatório de Friedrichs (2015), “Nós os herdeiros, o que o dinheiro faz às pessoas” em que a autora pretende demonstrar como na Alemanha contemporânea o factor determinante do sucesso e distinção sociais continua eminentemente a ser a “herança”. Mais especificamente, os legados que uma classe média pôde, no período afluente de crescimento económico, após a II Guerra Mundial, acumular (Debrebant, 2015).

e experiencialmente diversa, domínio dos *hobbies* e interesses em que o indivíduo busca a um tempo a fraternidade do consolo de se saber acompanhado, da partilha com outros de interesses idênticos, mas também a demarcação operando em domínios distintos e particulares (o geocaching é disto uma aplicação exemplar pelo carácter quasi esotérico que assume como prática *secretiva* e aparentemente reservada aos iniciados, *cf.* abaixo, p. 236 e seg.s).

É por exemplo facto saliente nos estudos do coleccionismo (*cf.* abaixo, p. 232 e seg.s) que na opção por aquilo que se colecciona a densidade dos que exercem a mesma prática é determinante em termos tais que normalmente os indivíduos preferem coleccionar objectos que lhes permitam estabelecer trocas à distância, mas cuja colecção não seja comum/banal no seu ambiente imediato. É esta passibilidade da colecção funcionar como veículo de distinção que acaba por determinar a opção por objectos aparentemente tão improváveis como caixas de fósforos ou rótulos de garrafas de cerveja.

O modo cultural da “comunicação pessoal de massas” é, por conseguinte, marcado por uma estética interactiva (Andrejevic, 2004, p. 47 e seg.s) que impõe a reversão da lógica da *haute culture*. Não que esta desapareça, simplesmente a sua capacidade de constituir um instrumento de domínio e inferiorização tornou-se substancialmente menor.

O paradigma dos “Mass Média” tradicionais como difusores de uma cultura estandardizada tornou-se difícil de suster. Não, igualmente, porque estes tenham desaparecido, mas simplesmente porque os seus conteúdos passaram a estar sujeitos a um debate explícito em que os indivíduos e os grupos de interesses dispõem dos meios para opor uma contracultura, para desmascarar, contrariar e questionar as suas mensagens.

Sucede assim que a ideia de Bourdieu em como a cultura dominante é um reflexo da classe dominante e o modo cultural função da transformação da cultura desta em cultura legítima tem presentemente menos da força – ainda que mantenha alguma acuidade admitindo que a classe dominante na sociedade informacional é a elite tecnocrática dos manipuladores simbólicos, na formulação de Reich (1992) - do que a sua outra ideia em como a violência simbólica, o conflito das classes pela definição da cultura matriz de um dado instante, repousa na imposição de categorias perceptivas do mundo social.

Ou seja, sugerimos, a dinâmica contemporânea das sociedades em rede deixou de ser tanto função de uma luta de classes pela imposição de valores culturais particulares, tendo passado sobretudo a repousar na edificação de uma *doxa* em que os processos e o meio [“a mensagem é o meio”, diria Castells (2009, p. 204 e seg.s)] arvoram o estatuto e a legitimidade. Um processo que diversamente do paradigma da comunicação de massas a “cultura” foi implodida e debotada e em que virtualmente tudo vale em pé de igualdade como produto cultural (em sentido análogo vai a análise de Jameson, abaixo, p.116 e seg.s). Ou seja, enfim, uma realidade em que os indivíduos admitem ser dominados porque estão convictos de ser os artificios da própria escolha sendo disso convencidos pela passibilidade de comentar e votar desde notícias à determinação do desfecho de uma série televisiva ou de um *reality show*.

Neste admirável mundo novo o hipertexto, a conectividade e a acessibilidade passaram a ser valores em si próprios e a forma cultural preponderante e, por conseguinte, as práticas culturais tornaram-se secundárias às práticas processuais, relativas à escolha de que meio mobilizar para que fim.

Trata-se da consumação por outra forma do ideal democrático: pacificar a sociedade levando ao assentimento voluntário em que os instrumentos de domínio se deslocaram para o universo subtil dos algoritmos e das interfaces que propõem a normalidade comunicativa e dão forma às inter e intracção, compondo *en passant* um *pool* de *big data* passíveis dos mais velhos aproveitamentos.

A título de exemplo vejam-se a Figura 5.1, ilustrativa de como tal mecanismo opera no Facebook. A sua aparente neutralidade – questionados os respectivos programadores dirão provavelmente ter sido norteados pelas expectativas dos próprios utilizadores – institui na prática uma normatividade e tanto mais assim quanto a plataforma tem um mecanismo sobremaneira fechado e inflexível na admissão de outros tipos de conteúdo que os não previstos (é por exemplo impossível adicionar uma imagem dinâmica ou tão pouco formatar o texto padrão).

Bourdieu definia *doxa* (em consonância com a etimologia grega, enquanto “senso comumente aceite”) como as representações dominantes, o conjunto das opiniões comuns, crenças estabelecidas e ideias recebidas, valendo por si próprios sem ser discutidos<sup>78</sup>. Aquilo enfim que chega a ser apercebido como “natural” e tendo sido “naturalizado” permite adopção e condicionamento sem necessariamente transparecer como aquilo que é: reprodução dos balanços de poder subjacentes à combinação de valores, ideias e discursos<sup>79</sup>. A *doxa* da comunicação pessoal de massas, o universo do “discurso possível” – cf. Habermas (1997) – e o código técnico inscrito no seu ADN, é o *remix* e este constitui uma forma de *pastiche* (cf. a parte seguinte) e paródia vácuca cuja produção não envolve necessariamente especial reflexividade, criatividade ou emancipação. O *habitus* do indivíduo em rede foi assim enformado e se para as gerações mais antigas pode haver alguma reflexividade na medida da dissonância, por exemplo colocando questões de privacidade, a seu tempo o balanço é retomado e a nova *doxa* instituída é mais

---

<sup>78</sup> De certa forma analogamente a algo que outro grande teórico da cultura, Raymond Williams (1965, p. 64), por seu turno, entende expresso na literatura enquanto “estrutura de sentimento” do tempo, consistência de estilo, preocupações e temas que ecoam na “cultura do período” a respectiva ordem social (Žižek, 1994, p. 197). E que, antes de qualquer um dos dois, encontra paralelo na distinção estabelecida por Vilfredo Pareto entre “resíduos” e “derivações”, de tal modo que o *habitus* de Bourdieu pode ser sensivelmente feito equivaler aos primeiros e a *doxa* às segundas (Femia & Marshall, 2012, p. 86; Marshall, 2007, pp. 55-56).

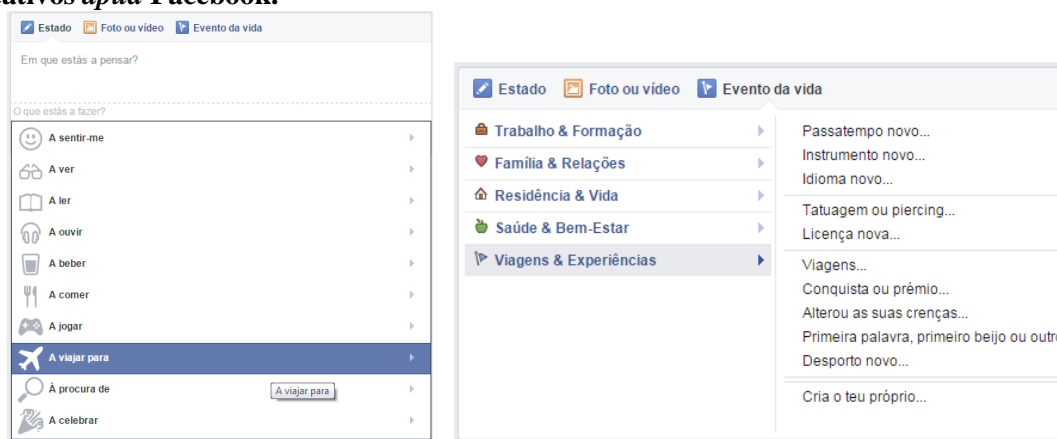
<sup>79</sup> Em alternativa a Bourdieu, Feenberg (1999, p. 88), elaborando a tese de Marcuse (1964) quanto à unidimensionalidade e omnicompreensão do discurso da racionalidade tecnológica, formula a mesma problemática dentro da sua “teoria crítica da tecnologia” através da sugestão de que nas sociedades contemporâneas os actores estratégicos operam introduzindo as suas “inclinações”/interesses particulares no processo do desenho e definição dos regimes ou paradigmas tecnológicos que os cristalizam e fazem aceitar na forma de códigos técnicos “Os códigos técnicos definem o objecto em termos estritamente técnicos de acordo com o significado social que ele adquiriu. Estes códigos são normalmente invisíveis porque, tal como a cultura ela própria, parecem auto-evidentes”, tornando-se “formas aceites na vida quotidiana” e fazendo esquecer o facto de que “não há nada óbvio neste desfecho de um ponto de vista histórico. Cada um destes objectos foi seleccionados de uma série de alternativas por um código reflectindo valores sociais específicos”. Identicamente ainda, no quadro da Construção Social da Tecnologia, Bijker (1997, p. 263) explica como “uma moldura tecnológica constrange as acções dos seus membros e exerce poder através da fixidez dos significados de, entre outros elementos, os artefactos”. Ela exerce uma forma de “poder semiótico” – à qual expressão Bourdieu, sem interesse particular pela tecnologia, mas interessado na luta cultural como forma de domínio, contrapõe em género a formulação “poder simbólico” como “poder de construir a realidade”. Finalmente, ainda no mesmo sentido, expandido a teoria da estruturação de Giddens, Orlikowski (2008, p. 268) sugere uma tese da “dualidade da tecnologia” que chega a análogo desiderato considerando que a *tecnologia-na-prática* constitui uma estrutura de uso, levando os indivíduos a mobilizar esquemas interpretativos, normas e disponibilidades (*facilities*) que simultaneamente a constituem e permitem reconstituir de tal modo que “o uso continuado habitual de uma tecnologia tenderá a reactivar a mesma tecnologia-na-prática, reforçando-a dessa forma ao longo do tempo, de modo que acaba tomada por garantida”.

facilmente aceite e inquestionada pelas gerações mais novas nela socializadas<sup>80</sup>.

Articulando a *doxa* com o *habitus* e com os mecanismos da distinção chegamos à conclusão de que a primeira é inextirpável do segundo e a forma como ambos condicionam estrategicamente os terceiros é essencialmente função da inscrição nos indivíduos de uma ordem social feita de produtos culturais, incluindo entre outros o uso da linguagem, os valores e os métodos classificatórios das actividades do quotidiano.

A adesão massificada e o acesso constante às plataformas das redes sociais fazem com que a arquitectura destas seja tomada como "doxa". Ou seja, os seus ambientes incorporam um conjunto de potencialidades e convidam a uma série de processos sociais que vêm a ser tomados como garantidos e se convertem em pressupostos da vida social sem que os actores os questionem (tornando-se "não reconhecidas"). Assim estes podem acabar por vir a aderir a práticas a que antes da aceitação dos SRS provavelmente resistiriam, como partilhar certos detalhes da vida privada, retirando partido do convite para inserir por exemplo no Facebook certos "episódios marcantes de vida".

**Figura 5.1 - Estrutura do Pensamento, ("Em que estás a pensar?") e "Eventos de vida" significativos *apud* Facebook.**



As plataformas das redes sociais em geral, e as que retiram partido das tecnologias de localização em particular, constituem precisamente "métodos de classificação" e como tal a sua incorporação nas actividades do quotidiano constituindo produtos culturais específicos é passível de

<sup>80</sup> Uma articulação distinta de *doxa* pode ser encontrada em Hannah Arendt que a recupera dos clássicos gregos. A politóloga incorpora-a na sua discussão da fenomenologia da vida quotidiana que caracteriza por uma condição de intersubjectividade em cujo quadro a perspectiva como artifício passível de articular o domínio do relacional entre a objectividade absoluta (um mundo independente das relações humanas) e a subjectividade idiossincrática (o mundo privado de cada um), uma preocupação que não é estranha a Bourdieu, como se viu. No entanto, enquanto para Bourdieu a *doxa* é o senso comum e a base da acção automática (se se quiser, uma forma de hegemonia), portanto algo que remete para a imobilidade e para a cristalização/reprodução das relações de domínio prevaletentes, Arendt mobiliza o conceito de forma inversa como base da possibilidade de transformar o mundo. É por termos dele uma noção comum que podemos comunicar e emitir opinião e é actuando sobre esta percepção partilhada que o podemos modificar (Parekh, 2008, p. 67 e seg.s). Interessantemente, da mesma forma que Bourdieu foi criticado por propor um esquema excessivamente determinístico (*cf.* nota 76) da acção, dando pouca margem para a reflexividade e o pensamento racional, Arendt será igualmente alvo de crítica, mormente por Habermas proponente da esfera pública e sobre ciente dos riscos da colonização do mundo-vivido pelos sistemas externos por, tendo feito a intersubjectividade repousar numa noção relativista da opinião individual, não conferir suficiente espaço à possibilidade da negociação das práticas através do discurso racional (Passerin d'Entrèves, 1994, p. 3).

criar *habitus* ou *habit@*<sup>81</sup>, permitindo simultaneamente conferir sentido à nossa posição na sociedade, ao contrário da sugestão inicial de Meyrowitz, posteriormente rectificadada pelo próprio – cf. Meyrowitz (2004).

Os espaços e as possibilidades engendrados pelos meios de comunicação mediada constituem "campos" (redes ou conjuntos de relações) em que as pessoas expressam e reproduzem as suas disposições e onde elas competem pela distribuição dos diferentes tipos de capital. Eles constituem os instrumentos de reprodução próprios e específicos (historicamente únicos) da “sociedade informacional”

Neste particular, embora se enfatize – como no caso do individualismo em rede - o potencial das práticas de comunicação em rede para o fomento do "capital social", devemos igualmente admitir – e isso frequentemente é menosprezado - que os seus ambientes impactam igualmente as outras formas de capital, designadamente:

- O capital simbólico, no tocante à mobilização para a busca do prestígio e do reconhecimento;
- O capital cultural, através da aprendizagem informal;
- O capital económico, redefinindo-o sobretudo em função do capital simbólico, da distinta natureza incorpórea da propriedade (e.g. pelo apetite pela posse de artefactos virtuais, pelo arvoamento da *bitcoin* como moeda própria...).

De uma forma geral é possível sugerir que o enfoque, mormente académico, no estudo das socialidade e sociabilidade em rede tem sido excessivamente enformado pelo prisma do comunitarismo norte-americano (Julien, 2014), ao qual, Bourdieu, redescoberto como “teórico do digital”, constitui uma alternativa crescentemente apelativa – para uma sùmula dos trabalhos produzidos aplicando-o ao estudo das práticas na Internet veja-se por exemplo Ignatow (2014) e Ignatow e Robinson (2014) bem como Zillien e Hargittai (2009) e Hargittai (2010), quanto ao equacionamento pioneiro do *status* como determinante do uso da Internet e forma de *distinção digital*<sup>82</sup> – seja pela comparativa facilidade na sua operacionalização empírica seja porque o seu conceito de campo cultural e a sua noção rica de capital constituem um complemento indispensável na definição de um *habitus digital*. Porque o interaccionismo não chega e não se podem reduzir as relações de força ao mero acto da comunicação, porque “é enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os sistemas simbólicos cumprem a sua função política ou de legitimação da dominação” (Bourdieu, 2001, p. 11) e porque,

---

<sup>81</sup> Segundo o rebaptismo de Luke (2005) que opera idêntico passo sobre o *flâneur*, sugerindo que os média móveis o reconvertem em *phoneur*, constituindo-se “O *habit@* sem fios (...) em padrões do nosso comportamento e hábitos de navegação móveis, que por sua vez são reaproveitados, reprocessados e rerepresentados como uma representação demográfica de como nos comprometemos com o processo de gastar dinheiro, de como nos actualizaremos como ‘máquinas de desejo’”, na expressão dos muito particulares e libidinais jogos de linguagem de Deleuze e Guattari (2000). Concorrentemente com a acepção que temos vindo a defender, admite-se neste caso que o *habitus digital* se converteu num marcador de distinção social e que à semelhança de como o *flâneur* cria a sua realidade e activa a sua identidade deambulando e observando, o *phoneur* cria a sua realidade a partir das grelhas comerciais e dos vectores de comunicação em cujo consumo é enculturado, mormente pela publicidade e pelas máquinas de marketing dos operadores como estruturas socioculturais que representam “a transformação da comodificação e do capital no domínio do puramente simbólico”, em que a Internet é um meio em que a criação de valor eventual está como peixe na água e a identidade inconscientemente mobilizada para o consumo.

<sup>82</sup> À data da redacção deste trabalho estava ainda anunciado um promissor volume editado por Austin (2016) designado “Novos Usos de Bourdieu nos estudos Cinematográficos e de Média”, incluindo diversos capítulos sobre a Internet e os Média Sociais e Locativos em particular.

sugerimos nós, a sua perspectivacão nos termos *bourdesianos* da violência simbólica<sup>83</sup> é indispensável na medida que nos leva a compreender que o campo desta é composto de fracções em que notavelmente a “fracção dos letrados ou intelectuais (...) tende sempre a colocar o capital específico a que ela deve a sua posição no topo da hierarquia” (Bourdieu, 2001, p. 12)<sup>84</sup> operando mesmo que inconscientemente a “homologia de estrutura entre o campo da produção ideológica e o campo da luta de classes” (Bourdieu, 2001, p. 13).

O discurso dominante sobre a conectividade, a convergência tecnológica e as práticas, mormente de “mobilidade”, que elas admitem impõe uma ortodoxia nos ângulos de análise escolhidos, nas formas de classificação e nas estruturas mentais que surgem frequentemente desajustados da realidade “objectiva”, o que quer que esta possa ser, feitos de *wishfull thinking* e abundantes cenários prospectivos que ora traçam “amanhãs que cantam”, servindo sobre a aparência legítima de taxonomias a reprodução da *crença* e a instituição da *doxa* a qual, num *twist* distinto de Bourdieu, não presume necessariamente “que se desapossam os laicos dos instrumentos de produção simbólica” pois, pelo contrário estes foram neles empossados e nisto, na medida da progressiva desespecialização, dificultaram a possibilidade do surgimento de uma heterodoxia contraditória, seja, relapsando no *habitus* de classe que resiste a esta última desespecialização como que por preconceito<sup>85</sup>.

---

<sup>83</sup> No mesmo sentido, coincidentemente, veja-se a argumentação de Couldry (2000b).

<sup>84</sup> Algo de idêntico sugere Adorno (2009, p. 45) quando, sobre a posição ambígua do crítico cultural, observa que por norma ele “não está satisfeito com a cultura, mas deve unicamente a ela esse seu mal-estar. Ele fala como se fosse representante de uma natureza imaculada ou de um estágio histórico superior, mas é necessariamente da mesma essência daquilo que ele pensa ter a seus pés (...) É próprio da pretensão da cultura à distinção, por meio da qual ela se procura dispensar de prova das condições materiais de vida, nunca se julgar distinta o suficiente”, insinuando, mais ainda, que no limite a pretensão da arte, como expressão cultural e bem assim do pensamento dito científico, quando se converte num sistema que pretende através dos textos e da linguagem aprender a realidade como totalidade é (ou pelo menos tende sempre a ser) “ideologia” (idem, p. 13). Por conseguinte, o grande valor das teorias críticas de Adorno como de Bourdieu, na forma do projecto da Sociologia Reflexiva deste último, consiste não só em permitir compreender a cultura como forma de distinção como em levar-nos a reflectir sobre a forma como esta compreensão nesses termos igualmente se faz, colocando de alguma forma o “académico” numa posição de saudável desconfiança em relação a si próprio.

<sup>85</sup> Para um bom exemplo desta última veja-se o capítulo que Alexander (2003, p. 179 e seg.s) sob o libelo “A Máquina de Informação Sagrada e Profana” consagra ao advento das tecnologias de comunicação baseadas em dispositivos computacionais. Principiando por situar o computador como paradigma da “sujeição da actividade mundana ao controlo pessoal racional”, por conseguinte em linha com a tese da gaiola de ferro de Weber e subsequente preocupação habermasiana de uma excessiva intromissão dos sistemas racionais na esfera do quotidiano, prossegue demonstrando a “insignificância” das explicações sociológicas da tecnologia, desfiando o rosário de críticas à sua objectificação e à sonegação do seu carácter cultural e discursivo, como “sistema de signos sujeito a constrangimentos semióticos mesmo quando responde a necessidades sociais e emocionais”. Finalmente, apoia-se em Durkheim, Caillois e presumivelmente Eliade (1992) para demonstrar como o discurso sobre a computação foi geneticamente marcado pelo da “salvação”, traçando a história persuasiva e empiricamente ilustrada em como desde o advento dos primeiros computadores, na década de 1940, estes foram investidos, mormente pelos media, de uma aura mística e “sagrada”, elevando os técnicos à condição de “padres” e mitificando o discurso tecnológico. Até aqui tudo bem, a argumentação é sólida e plausível, o problema, a nosso ver, surge quando depois de notar que “para ser sagrado um objecto deve ser claramente separado do mundo da rotina” e do profano, sendo apenas acessível pela intermediação interposta pelos sacerdotes, leia-se dos especialistas, entre a divindade e os laicos, no que estabelece uma aguda percepção do papel do seu papel legitimador a muitos níveis nas sociedades contemporâneas, conclui porém a análise de forma homérica, em 1975, “ano em que o computador pessoal nasceu” e a partir do qual, deixa-se implícito, tudo se manteve na mesma e utopismo e distopismo continuaram a declinar as mesmas notas. Ora, na verdade, o que sucedeu posteriormente a esta data, e de forma particular nas últimas duas décadas, desdiz em boa parte a argumentação anteriormente aduzida e constitui a essência de um problema que não se chega a aflorar: como a computação se banalizou, se introduziu na rotina e



De outro modo, aquilo a que chamamos *doxa* da comunicação pessoal de massas (seja, o entendimento comum, tácito e inquestionado do que sejam, para que servem e como se usam os instrumentos da comunicação mediada) é parte da *doxa* mais alargada da globalização e do neoliberalismo (Chopra, 2003) que geneticamente implica o envolvimento mutuamente constitutivo da tecnologia e do raciocínio tecnocrático, associados à retórica da “liberdade” como “livre iniciativa” (leia-se, da desregulação e demissão do estado na diligência e meios de produção privados) e da “competitividade” como promotores enquanto mal menor do “máximo benefício comum” (“*the greatest happiness to the greatest number*”, segundo a formulação utilitarista de Bentham, atualizada por Nozick e Rawls) e do “progresso” (leia-se de um modelo de desenvolvimento baseado no crescimento económico e no incremento da produtividade contínuos), como legitimadores da resignação e da desigualdade.

Schirato e Webb (2003, p. 46 e seg.s) demonstram abundantemente a imbricação entre tecnologia, cultura e consumo (ainda que abusando, a nosso ver, aqui e ali da colação a exemplos da cultura cinéfila) e como, ao contrário do ideário histórico, seja do iluminismo, quanto à passibilidade do aperfeiçoamento da existência humana pelo progresso científico, seja do ideário colonial, para quem a primeira etapa do desenvolvimento era construir vias de comunicação, se revelaram erróneos e como a tecnologia pode apoiar a mudança social mas não a explica nem necessariamente a dirige para o progresso.

Assim, o incenso da liberdade de circulação da informação, como a liberdade de circulação dos bens ou do capital, admitida pela condição instrumental da comunicação convergida e digitalizada, constitui mais do mesmo: uma declaração de fé na “gaiola de ferro” weberiana, com o correspondente desencantamento que se ilude entre outros pelo perpétuo consumo conceptual.

Por conseguinte, as acepções de Castells em como ao menos no primeiro mundo as tecnologias da informação se converteram no tecido de que as relações sociais se tecem e em como elas alteraram as percepções individuais de espaço e tempo ainda que corresponda a algo que se pode observar, precisa de ser questionada na medida, que o próprio reconhece, em que a participação nas redes é desigual e tanto inclui como exclui, sendo que a exclusão equivale à ostracização e à nulificação da própria posição. A lógica do *presentismo* é problemática na exacta medida em que ignora que o “conhecimento”, central ao modo de produção informacional, não é um estado que se possa adquirir instantaneamente, meramente em função da acrescida acessibilidade dos dados, como se correspondera ao exercício de uma busca num motor de pesquisa, ele tem uma dimensão epistemológica e reflexiva. E esta é adversa ao imediatismo.

Ao mesmo tempo, a dinâmica dos fluxos em rede, mormente do capital, torna-se profundamente manietante, em particular para os protagonistas menos bem posicionados. Tal como os caminhos-de-

---

se tornou enfim uma prática pessoal. Nos termos do autor, ainda que a sua aura mística subsista, com o advento da miniaturização e da comunicação pessoal de massas, a sua história recente carece no mínimo que se entenda como a computação se “protestantizou” e passou a admitir o culto e o diálogo individual com o divino; como os dispositivos computacionais móveis, presentes no bolso, se tornaram no “rosário” que se desfia e permite através da publicação audiovisual no espaço místico do “virtual” revelar os indícios de que se está “salvo”.

ferro coloniais (epitomados por exemplo pelo projecto de Cecil Rhodes para uma via ferroviária que ligaria o Cairo à Cidade do Cabo, que entrou em conflito com o Mapa Cor-de-Rosa e esteve na origem da questão do ultimato britânico de 1890, determinante entre outras da crise terminal da monarquia em Portugal), o aproveitamento dominante das redes não é a redistribuição da riqueza é a sua concentração/extracção da periferia para o centro (ou centros ou nodos nevrálgicos, no caso de um modelo multimodal), quanto muito admitindo permutas que são sempre jogos de soma zero, como no caso da exploração colonial.

A simples disponibilidade dos sistemas de comunicação e transporte, o encurtamento dos tempos de circulação, não resulta forçosamente em equidade. Assim, para manter um exemplo nacional, a A23 (auto-estrada da Beira Interior) acabou por servir menos para aproximar o interior do litoral do que para facilitar as migrações de fins-de-semana e férias daqueles que atraiu do primeiro para o segundo. O relativo abandono da zona industrial da Guarda e malgrado dos projectos da sua reconversão como *hub* logístico são disso testemunha.

No caso das tecnologias da comunicação a capilaridade fina das redes tem ainda outro efeito adverso. Tal como no corpo humano as redes de circulação sanguínea e linfática coexistem, a uniformização do gosto gera apetites que não podendo ser sustentados podem ainda assim ser artificialmente sustidos. O protagonista mais forte instila e satisfaz as necessidades e fornece o crédito.

Ao contrário do corpo humano, organizado como organismo único e solidário, na sociedade internacional, porém, a justiça distributiva tende a existir quase exclusivamente como actos de “caridade” e apoio excepcional. Assim, os *apports* de oxigénio, leia-se de crédito, que o sistema sanguíneo, leia-se o sistema financeiro internacional, leva através da corrente, leia-se das redes financeiras e do sistema bancário, às células individuais (leia-se aos consumidores, sejam estados, sejam indivíduos) não esperam no retorno recolher o subproduto inútil. Eles têm uma contrapartida e essa não é o gás carbónico são os juros. Para os incumpridores, a função linfática e de policiamento é desempenhada pelo FMI e pelos “bancos centrais” dos protagonistas melhor posicionados (leia-se, dos credores), injectando os seus leucócitos (leia-se os seus “técnicos” e as suas “troikas”) aceites como inevitabilidades, pois, a *doxa* dominante determina como consenso que não há como não honrar as dívidas [para uma apreciação bem disposta dos paradoxos deste postulado moral veja-se Graeber (2011), bem como Lazzarato e Jordan (2012)], mesmo que como no “Mercador de Veneza”, tal seja pelo empenho “por equidade”, nos termos de Shakespeare, “de uma libra da vossa bela carne”<sup>86</sup>.

As redes são instrumentos distribuidores da desigualdade, não só por aqueles que deixam de fora, como pela redistribuição da riqueza entre aqueles que incluem; formas de “endocolonialismo” ou “neocolonialismo pessoal”, na acepção de Virilio (2000).

---

<sup>86</sup> A promoção do *devoir* económico a elemento determinante na estruturação do poder pode efectivamente constituir uma marca de “violência totalitária” (Maffesoli, 2001, p. 57). Na medida em que “o trabalho alienado começa quando a norma da troca toma o lugar do terror da dívida” a instituição da regulação contábil inscreve-se num processo de crescente abstracção da coisa pública e de alienação entre a economia doméstica e o regime de trocas formal, conducente à efectiva imposição das condições de vida.

## 5.2 ELEMENTOS PARA UMA COMPREENSÃO DA CULTURA DIGITAL. LEITURAS ALTERNATIVAS SOBRE *REMIX* E (DES)DIFERENCIAÇÃO

“Os interessados adoram explicar a indústria cultural em termos tecnológicos (...) O que não se diz é que o ambiente em que a técnica adquire tanto poder sobre a sociedade encarna o próprio poder dos economicamente mais fortes sobre a mesma sociedade. A racionalidade técnica é hoje a racionalidade da própria dominação.”  
Adorno (2009, p. 6)

“A ordem global da informação constitui uma ‘cultura tecnológica’ em que os dualismos previamente existentes da tecnologia, de um lado, e da cultura, do outro, colapsam num plano imanente.”  
Lash (2002, p. x)

Tendo estabelecido as suas linhas mestras, prosseguiremos tentando complementar a moldura de Bourdieu colocando-a em diálogo com três linhas de pensamento complementares que nos permitem pensar o encontro da cultura com a digitalização, mormente na forma arquetípica que lhe é atribuída através das temáticas do *remix* e do *open source*. Respectivamente, Luc Boltanski (e colaboradores), Fredric Jameson e Scott Lash.

Os dois primeiros desenvolvem análises de vocação histórica (o segundo de cunho materialista o primeiro de cunho pragmático) que nos permitem indagar sobre a causalidade da cultura digital, evidenciando a sua interpenetração com a organização económica e a importância crescente do consumo como factor de individualização. O terceiro introduz uma nota de optimismo, entabula um diálogo com a tradição fenomenológica e chega a admitir que o individualismo expressivo em rede pode augurar formas de associação que impregnem a comunicação contemporânea de elementos pré-modernos, levando à consumação do ideal comunitário por outros meios.

Tanto Boltanski como Lash, revelam em acréscimo uma preocupação explícita de manter um diálogo com o autor francês, evidenciando o último uma preocupação adicional em incorporar o pensamento espacial de Lefebvre, particularmente útil para um trabalho sobre tecnologias locativas.

Através da conceptualização das modernas sociedades informacionistas como compostas por economias de signos de signos e espaço, Lash oferece-nos subsídios para articular a cultura digital em torno do tríonimo estética, individualismo e espaço. Especificamente ela é portadora de uma noção da primeira como interactiva e do segundo como expressivo, tornado possível conciliar o espaço dos fluxos impostos pela superestrutura económica com os lugares como ponto de consumo, inscrição e experiência individual.

### 5.2.1 DO CONEXIONISMO COMO NOVO ESPÍRITO DO CAPITALISMO. UMA REAPRECIÇÃO DA CULTURA DIGITAL NOS TERMOS DE BOLTANSKI

Se Economia e Cultura constituem domínios interactuantes que correm a par e passo e se, por um lado, os processos culturais tendem a reflectir e a acompanhar os paradigmas económicos, constituindo as formas de consciência social epifenómenos das relações materiais, porventura integrados nos aparatos de dominação (Gramsci, 1971; Horkheimer & Adorno, 2002; Ritzer, 2007b, p. 1307 e seg.s) e se, por outro, de forma não necessariamente contraditória, a cultura tende a exercer um efeito constitutivo seja sobre a acção individual, instituindo tanto comportamentos norteados menos pela

racionalidade instrumental (Weber, 2001) do que pelos significados atribuídos - *ultima ratio* cosmológicos (relativos à percepção da condição humana na escala do universo e no que se entende ser a ordem “natural” das coisas) -, como formas de solidariedade e associação (Durkheim, 2002), correspondidas a partir da gramática comum dos primeiros, então, pode-se dizer que a cultura *remix* contemporânea e o correspondente discurso sobre a digitalização contrabalançam a impotência crescente dos indivíduos em controlar e ser achados quanto os processos de produção sugerindo em contrapartida que o controlo e o exercício reflexivo sobre o consumo os emancipa, sendo possível estabelecer uma analogia entre as indiferenciações industrial (de facto, os processos de convergência tecnológica e de integração de protagonistas) e laboral, entre o lazer e o trabalho e entre a estética interactiva da cultura digital e a (des)organização (Lash & Urry, 1987) do capital organizado em fluxos globais.

Neste caso, a cultura digital deve ser vista como algo de constitutivo, estabelecendo através da generalização da computação e da comunicação em rede uma lógica de imposição das categorias perceptivas tal que a principal oposição deixou de ser entre o que é legítimo e ilegítimo, passando a ser entre o que está dentro e o que está fora. Instituído o dever da inscrição individual, o problema da “diferenciação” deixou de ser qualitativo e passou a ser quantitativo. Num ecossistema que efectivamente promove a “indiferenciação”, seja das formas de expressão (dos formatos multimédia), hibridizadas sobre o denominador comum do código, em que o software e as interfaces gráficas instituem um ambiente equalizador (Berry, 2011; Manovich, 2013), seja dos domínios de vida, a distinção converteu-se numa questão de mobilidade, de velocidade e de agilidade na apropriação dos recursos disponíveis.

Assim, Boltanski e Chiapello (1999, 2007), partilhando o enfoque histórico de Jameson, porém, de forma menos ideologicamente comprometida, bem como elementos da sociologia de Bourdieu, do qual o primeiro foi colaborador (Bourdieu & Boltanski, 1990), porém de forma mais “pragmática” (Nachi, 2006), recusando ver nos indivíduos joguetes inevitáveis do *habitus*, optam por actualizar o trabalho clássico de Weber, identificando uma ruptura substantiva no “Espírito do Capitalismo”<sup>87</sup>, coincidente com a transição, mormente a partir da década de 60 do século passado, do regime de produção fordista, baseado na produção industrial massificada, para o pós-fordista, baseado nas crescentes incorporação do conhecimento e da informação e na correspondente soltura e circunstancialidade da relação entre indivíduos e organizações, em que a “Ética Protestante” foi em conformidade substituída pelas noções de “flexibilidade”, pelas “redes” e pela “conectividade” como espécie de “novel religião” e bússola moral.

No “Novo Espírito do Capitalismo”, o *locus* da produção passa a depender da organização em

---

<sup>87</sup> Não muito longe, veja-se a leitura do “marxismo autónomo” de Maurizio Lazzarato (Lazzarato & Jordan, 2012, 2014; Lazzarato, 1996, 2009; Lazzarato, Blondeau, Whiteford, *et al.*, 2004; Lazzarato & Negri, 2001), promovendo neste caso uma recuperação da sociologia de Gabriel Tarde e das teses da biopolítica de Foucault, de forma a descrever o estágio actual como um de massificação da intelectualidade e de “capitalismo cognitivo” em que se imputa ao neoliberalismo ter reconstituído o social com base nos valores do mercado, emergindo as TIC como expressão de uma mutação fundamental na produção da riqueza e de um novo modo de exploração do “trabalho imaterial”, definido tanto pelo conteúdo informacional como pelo não reconhecimento enquanto tal (como trabalho, isto é) na medida em que assume a forma de opção cultural e estética, integrando a subjectividade no próprio processo de criação de valor.

redes cujos nodos surgem funcionalmente indiferenciados, subsumindo, pelo menos discursivamente, a importância das instituições como garantia das condições de vida em prol de um regime *ad hoc* em que o trabalho contraditoriamente depende tanto da especialização como da capacidade de reconversão da mão-de-obra e em que a “liberdade” de cada um em constituir o seu projecto de vida surge como forma de obrigação, perfilando-se a necessidade de fazer escolhas como vantagem e a disponibilidade da comunicação e das plataformas digitais como polivalência e possibilidade de comunicação a observar escrupulosamente. “Este estado do mundo social que podia, num primeiro tempo, ser considerado de forma puramente negativa”, por exemplo mediante a tese da “comunidade perdida” (*cf.*, acima, p. 85), “ou ainda ser feito equivaler, sob um modo de interpretação pós-modernista, a um caos incapaz de dar lugar a qualquer interpretação de conjunto, encontrou finalmente um instrumento de representação na linguagem das redes” (Boltanski & Chiapello, 1999, p. 466).

No “modelo da cidade por projectos” (Boltanski & Chiapello, 1999, p. 175 e seg.s) que anima o “mundo connexionista” (Boltanski & Chiapello, 1999, p. 481 e seg.s; 2007, p. 355 e seg.s) o oportunismo converte-se em disposição universal, passando a ser visto como uma qualidade pessoal e a mobilidade, indistintamente física e virtual, geográfica e de ideias, surge como “dever” em que para a elite tecnocrática dos “salvos” e dos grandes (*grands*) desponta como obrigação e condição para manter e adquirir estatuto mover-se incessantemente de forma a criar novos “laços” e a gerir o seu “capital de relações”, instituindo, *en passant*, numa ressurgência de Veblen, o turismo e o luxo ostentatório como marcadores (Boltanski & Esquerre, 2016), enquanto, em contrapartida os pequenos (*petits*) – ou os “perdedores da reflexividade”, consoante designados por Lash (2001, p. 159 e seg.s) – encontram na imobilidade, conquanto condição da afluência alheia, “a fonte da sua pobreza”.

Expresso em termos culturais como “estrutura de sentimento”<sup>88</sup> do tempo, o “espírito do capitalismo” de Weber, actualizado por Boltanski, correspondente na formulação de Bourdieu à problemática da legitimação pela naturalização das relações de domínios através do consenso, correspondente por seu turno ao que Gramsci formula como “hegemonia”, corresponde, enfim, ao conjunto de normas, ideias e padrões de comportamento que justificam o compromisso com o seu modo de operação (Couldry, 2010b, p. 29) como sistema auto-organizado e auto-perpetuado (Fuchs, 2008, p. 23 e seg.s).

A sua contestação assumiu historicamente duas formas típicas em função do tipo de actores que as protagonizaram: a crítica social e a crítica artística (Boltanski & Chiapello, 1999, p. 84 e seg.s). A primeira, marcada pelas aquilatações socialista e marxista, mas também católica, em sede da doutrina social da Igreja, insistindo sobretudo no egoísmo dos interesses particulares, na crescente desigualdade da distribuição dos rendimentos e na imoralidade da amoralidade do mercado. A segunda marcada pela

---

<sup>88</sup> Expressão adaptada ao universo das práticas espaciais por Thrift (1996), por empréstimo do teórico da cultura gaulês Williams (1965, p. 64) que por seu turno a define por relação à teoria social da literatura e à produção ficcional escrita como possibilidade de identificação em dada altura – momento da evolução da sociedade inglesa entre o século XVIII e meados do século XX (Williams, 1958) - de uma certa constância estilística nos temas e no seu tratamento, operada tacitamente como “modo de definir as formas e as convenções (...) como elementos inalienáveis de um processo sócio material (...) que pode ser visto como articulação de estruturas de sentimento que como processos vividos são muito mais amplamente experimentados” (Eldridge & Eldridge, 1994, p. 112; Schiller, 1996, p. 118)

cultura boémia dos *boulevards*, originalmente identificada com Baudelaire, é sobretudo veículo de expressão de desencanto perante a inautenticidade da cultura burguesa, pela perda do sentido do grande e do belo decorrentes da estandardização e mercantilização generalizadas, opondo à imobilidade e à estabilidade acomodatórias e possidentes (logo, fixas) do “burguês” o desprendimento ocioso e nómada do artista-*dandy* e a mobilidade inquieta do *flâneur*<sup>89</sup>.

Desta feita, pode hoje reconhecer-se, a “hegemonia” do informacionalismo impôs-se como “estrutura de sentimento” e forma de discurso<sup>90</sup> sobre a tecnologia cuja promessa da “revolução digital” (Andrejevic, 2004, p. 23 e seg.s) foi fortemente marcada pelo domínio cultural da crítica artística<sup>91</sup> e é esta que continua a impregnar os discursos do *remix* e do *open source*; estes constituem afinal a incorporação no capitalismo da crítica do capitalismo, de uma forma que Gramsci (1971, p. 254 e seg.s) poderia possivelmente identificar como “hipocrisia do auto-criticismo”, integrada no sistema parlamentar através da pluralidade de partidos a quem é conferida inteira liberdade de contestar o sistema conquanto dentro dos limites das suas regras e que na lógica das redes encontraria lugar através do paralogismo da liberdade de comunicar, se expressar e partilhar, conquanto dentro dos limites do respeito pelo direitos de propriedade, mormente intelectual.

A cultura digital dos “novos média” (Creeber & Martin, 2009) integra a “imaginação cibernética” (Robins & Webster, 1999, p. 109 e seg.s) do “novo espírito do capitalismo”. Ela constitui e é constituída pelo discurso do sublime tecnológico (Mosco, 2004; Nye, 1994), em que, acolhendo criticamente as teses pós-industriais, pós-modernas e pós-humanistas, mais do que uma discussão entre determinismo e construtivismo, é legítimo admitir que a tecnologia deve ser compreendida como discurso, não inócuo e mera forma de “interacção”, mas sim como elocução que adquire carácter comprometido e integrante da própria realidade que pretende descrever (Fisher, 2010, p. 29 e seg.s).

Nesta última medida, coincidindo com o nosso ponto de vista sobre o valor da importância de estabelecer ligações do individualismo em rede na versão de Rheingold como emulando algo das “leis do karma” (*cf.* acima, p.89), Boltanski e Chiapello (1999, p. 304 e seg.s) analisam ainda como a formulação do novo espírito de mercado incorpora sincreticamente muitos temas das rebeliões culturais e políticas das décadas de sessenta e setenta<sup>92</sup>.

---

<sup>89</sup> Para duas excelentes apreciações do advento e desenvolvimento da figura do “flâneur” na literatura vejam-se em particular os capítulos de Esther Leslie (*Flâneurs in Paris and Berlin*) no volume editado por Koshar (2002, pp. 61-77) e de Eeva Jokinen e Soile Veijola (*The disoriented tourist*) no volume editado por Rojek e Urry (1997). Para uma actualização do tema no quadro do advento das tecnologias de comunicação móveis, enquadrado nas *scapes* de Arjun Appadurai, veja-se igualmente, sob supervisão deste, a tese de Arora (2014, p. 113 e seg.s)

<sup>90</sup> Psicanaliticamente como “complexo discursivo” estruturado na ordem simbólica e estruturante da subjectividade dos que o articulam (Malone & Friedlander, 2000, p. 339).

<sup>91</sup> Analogamente, Fisher (2010) enumera o significado sociopolítico do “espírito das redes” como lógica cultural, discurso legitimador e resposta à crítica humanista da sociedade fordista. Especificamente ela valoriza a possibilidade da autenticidade e da capacidade expressiva individuais, perdidas na organização da produção industrial massificada.

<sup>92</sup> Talqualmente, Barbrook e Cameron (1995) interpretaram a então nascente “bolha da Internet” como “ideologia californiana”, mistura entre a “ressaca” do espírito errante e experimentalista *hippie* e o empreendedorismo *yuppie* neoliberal. Entre radicalismo individual e comunidade digital, contra rebelião cultural e conformismo corporativo, numa espécie de ressurreição do individualismo romântico (*cf.* acima, p.93) sob inspiração McLuhanita. Veia interpretativa mais recentemente actualizada por Silverman (2015, p. 12 e seg.s).

Marcando a transformação de uma fase em que a crítica social da organização capitalista enfatizava a necessidade de promover a emancipação social (aliviando a exploração), para outra consonante com o “espírito das redes”, desindustrializada e baseada nos serviços, na qual o discurso legitimador surgiu enformado pela crítica artística dos *think thanks* quanto à sua capacidade em fomentar a emancipação individual mediante o acesso à informação, o “individualismo utilitário” da primeira foi se não suplantado ao menos acrescido pelo “individualismo expressivo” da segunda, o qual, segundo já estabelecido no pensamento moral e político do liberalismo consoante Tocqueville (Ossewaarde, 2004, p. 39), “reclama que a vida bem vivida não depende das preferências individuais”, vistas como sendo todas elas legítimas, “mas do desejo e liberdade de auto-expressão. O individualismo expressivo enaltece um ideal cultural. Ele procura criar uma sociedade que não está submissa a uma autoridade moral, mas uma que cede o lugar à renovação e reforma culturais – uma sociedade em que o indivíduo se sente à vontade com a sua identidade” (Ossewaarde, 2004, pp. 39-40), enfatizando a exploração desta última como exercido de auto-interpretação (Brinkmann, 2008) e de autodescoberta em que se coloca a busca da autenticidade acima de tudo. Em que, no acolhimento de Lifton (1993) quanto a um “Self Proteuco”<sup>93</sup> o desenvolvimento de uma personalidade fluída e multifacetada é contemporaneamente encarado como característica positiva, associando como requisito da própria de saúde mental o envolvimento na “exploração e experimentação pessoal contínuas”, condições de sobrevivência numa sociedade cultural e espacialmente relativística, disposta a abdicar os modelos e tradições do passado.

O capitalismo crítico do capitalismo gerou assim o “capitalismo reflexivo”, virtual e global (Thrift, 2005, p. 75 e seg.s) em que pela sua natureza os mercados criam inevitavelmente hierarquias de sucesso, dependentes da capacidade de cada um em retirar partido do “novo sistema operativo social” das redes (Rainie & Wellman, 2012), em que a *ética hacker* surge como permitindo conciliar a necessidade de racionalização da produção com as reivindicações emancipatórias dos trabalhadores ao mesmo tempo que o *remix* como convergência cultural, fruto da convergência técnica, constitui uma forma de indiferenciação e contraparte, operando no plano do consumo e da reapropriação.

Nos termos de Boltanski, a evolução da denúncia das consequências daninhas da plutocracia para o corpo social para um modo de crítica estética, preferencialmente focada na superação dos limites e no empoderamento do indivíduo, tem como efeito adverso o renegamento para segundo plano e o quase esquecimento da crítica social das primeiras<sup>94</sup>.

O individualismo expressivo, estético e reflexivo é ainda indissociável da cultura do consumismo que o integra como parte da nova lógica de produção de valor, acrescentando o preço dos objectos em função da sua carga simbólica (Boltanski & Esquerre, 2016). De facto, ao longo do século XX, a disponibilidade crescente dos bens conferiu às pessoas um sentido de liberdade e os meios através

<sup>93</sup> Isto é, assumindo a qualidade do personagem mítico Proteus, Deus dos corpos de água. Portanto, igualmente em consonância com os tipos de “vida em fragmentos”, de existência rizomática e identidade palimpséstica atribuídas por Bauman à “modernidade líquida” (Bauman, 1995, 2000; Blackshaw, 2005, p. 91 e seg.s). Aplicando-o aos Média Móveis, veja-se ainda Aguado e Martinez (2010).

<sup>94</sup> Identicamente, Fisher (2010, p. 223) observa que a crítica social e a crítica humanista instituem dois tipos de cultura política com espaços de acção e crítica tendencialmente contraditórios: a busca da igualdade e solidariedade sociais e a busca da individualidade, pronunciando-se em favor da primeira na medida da sua formulação sugerir transformações de impacto universal, enquanto a segunda tende a ser efectivamente apolítica.

dos quais estabelecerem as suas identidades, levando a que a liberdade de expressão tenha deixado de ser sinónimo de obrigação cívica e da possibilidade de participar na discussão na esfera pública. Hoje, ela equivale sobretudo à possibilidade de se comunicar e de se realizar através do prazer que a aquisição, posse, usufruto e exibição dos bens confere.

Consequentemente, “o consumismo não tem qualquer interesse em ligar o passado ao presente ou ao futuro (...) pelo menos além da nostalgia e da fantasia” (Cross, 2000, p. 3), dos *remakes* e das “reedições limitadas” das indústrias culturais ou quando é levado a formas compensatórias de colecionismo (Boltanski & Esquerre, 2014) em que o passado é introduzido como forma de tornar seguro o investimento e o valor dos bens ou ainda quando conduz à edificação de parques temáticos como lugares-mitos para consumo turístico (Bryman, 2004a; Lash & Urry, 1994, p. 180). Tal é igualmente a linha interpretativa assumido por Jameson.

### 5.2.2 DO REMIX COMO INDIVIDUALISMO EXPRESSIVO E PASTICHE. UMA REAPRECIACÃO DA CULTURA DIGITAL NOS TERMOS DE JAMESON E LASH

Se, consoante se viu, na sugestão de Bourdieu, a vida social é caracterizada pela luta simbólica dentro e entre campos sociais, então a produção e o consumo culturais são as áreas através das quais o poder preferencialmente se exprime e exerce e o campo da comunicação e dos média aquele que no seio do mundo conexionista, do informacionalismo e das TIC, admitindo a sua personalização e formas de *narrowcasting* (Castells, 2009, p. 60), surge dotado de um meta-poder integrador (Couldry, 2000b), mediando entre estrutura e agência, entre cultura global e experiência local e entre a Política como *politics* e “dimensão de antagonismo constitutiva das sociedades humanas” (Thumim, 2012, p. 4) e a micropolítica como *policies* pessoais, mormente, nas contemporâneas redes sociais, mediante formas “táticas” (Certeau, 1984) de associação e de auto-apresentação, que a ela se tentam ajustar. Para melhor o compreender, colmatando e estendendo os ângulos de Bourdieu e de Boltanski, dois autores parecem candidatos óbvios: Fredric Jameson (1984, 1988, 1990, 1991) e Scott Lash (1990, 2001, 2002, 2006). O primeiro, raciocinando sobretudo na óptica da produção e no quadro do debate da pós-modernidade como evolução histórica do capitalismo, correspondendo a primeira à fase “tardia” do segundo<sup>95</sup>, admite que as formas culturais mudaram e se tornaram na actualidade no “modo dominante”, tendo-se, porém, mantido em regime de continuidade a lógica económica subjacente, colocando o ónus na estrutura e estabelecendo uma ponte para a bem estabelecida tradição da crítica cultural marxista. O segundo,

---

<sup>95</sup> Especificamente Jameson (2002) recorre, como traço metodológico próprio (Irr & Buchanan, 2006, p. 27 e seg.s), à análise histórica e à própria etimologia da “modernidade” (op. cit., p. 17 e seg.s) como “momento presente” para sugerir que o “modernismo” constitui em si um conceito ideológico (idem, p.138 e seg.s), existente apenas como categoria narrativa reiterada relativamente à qual inventaria ao menos quatorze propostas e autores passíveis de instituição de um critério de definição e demarcação (idem, p.32), concluindo subseqüentemente que a forma presente, etiquetada como “modernismo tardio”, remonta ao período pós-II Guerra Mundial e ao clima da Guerra Fria, constituindo uma “invenção norte-americana” (ibidem, p.165), sob determinantes geoestratégicos e geoeconómicos que deram azo a formas culturais marcadas pela imitação e pela auto referencialidade (ibidem, p.200). Neste último caso, o *remix* consoante praticado em massa poderia ainda ser interpretado menos como uma expressão estética *per si* do que como a expressão da possibilidade de reflectir sobre a estética de forma prática, “substituindo os absolutos do modernismo pelas **de longe mais modestas e compreensíveis** autonomias estéticas do modernismo tardio” (ibidem, p. 209, negrito nosso).



situando-se no plano do consumo e da acção *agêntica* (ou *agentiva*), estabelecendo uma ponte para a perspectiva anglo-saxónica da modernidade reflexiva,<sup>96</sup> associa cultura e constituição individual mediante reflexividade estética, sugerindo o advento de um modo mimético de individualismo e comunicação expressivos que teria entre outros como pressuposto o contrabalanço do retrocesso das estruturas tradicionais em formas informativas e comunicativas e como corolário a reversão do modelo cognitivo do conhecimento, passando a admitir-se a leitura do universal a partir do particular e a recorrência de formas comunitárias de neotribalismo que, nos capítulos finais, confluindo ainda com a interpretação de Maffesoli (1996), haveremos de ilustrar como razoavelmente correspondentes à forma de comunhão peripatética experimentada pelo geocaching.

Em Jameson, à semelhança de Adorno (2009, p. 5), para o qual “a cultura contemporânea a tudo confere um ar de semelhança”, a possibilidade da produção cultural massificada e o prosumo surgem eminentemente como forma tendencialmente anódina de *pastiche* em que, tal como em Bourdieu, se admite que eles servem a reprodução das relações domínio mas em que, porém, contrariamente a este, se admite que tal estratégia opera pelo mecanismo contrário à diferenciação: pela imposição vinda de cima da *desdiferenciação* (sobre esta *cf.* ainda, abaixo, a nota 102, p. 121) que arvora o consumo em valor universal e indistinto, transversal a todas as classes. Neste caso, as tecnologias digitais também são vistas como tecnologias reprodutivas, porém na medida do seu carácter dissolutivo, sugerindo-se que o hiperespaço é um espaço indiferenciado em que os marcadores típicos da paisagem e do estatuto sociais estão ausentes, remetendo, de facto, à semelhança de Meyrowitz (1985), para um regime de dissonância e desnorte cognitivo, para uma hiperabundância de significados e para uma cultura caracterizada pela superficialidade, pela impersonalização do afecto e pela perda da historicidade (Buchanan, 2006; Irr & Buchanan, 2006).

Em Lash os estilos de vida surgem não só como função do *habitus* de classe, mas também como proponentes de novas formas de estar, sentir e ser, corporizando formas de cultura popular em que as opções estéticas não constituiriam meras correia de transmissão, mas algo em que digitalização e multimediatismo poderiam ao invés reavivar a possibilidade da expressão individual. Assim, se Jameson

---

<sup>96</sup> Para que melhor se possa compreender, tenha-se, em síntese, presente que o pensamento de Lash sobre a reflexividade estabelece dois tipos de distinção: entre os seus caracteres estrutural e individual (auto-reflexivo) e entre os seus modos cognitivo, estético e hermenêutico. A colocação da ênfase no primeiro destes últimos é diagnosticada como insuficiente e feita equivaler aos trabalhos de Giddens e Beck sendo temperada pelo avanço dos outros dois, respectivamente: o modo estético, articulado em relação a Nietzsche e Adorno, como forma de superar os desafios da teoria pós-moderna, associados ao consumo e à fragmentação da identidade em estilos de vida; o modo hermenêutico, em relação à ressurgência da “comunidade”, articulada entre o projecto da sociologia reflexiva de Bourdieu (Lash, 2001, p. 190 e seg.s) e a deriva fenomenológica da etnometodologia de Garfinkel, consoante exposta no capítulo VII da sua “Crítica da Informação” (Lash, 2002), como reflexiva, feita de significados edificados experiencialmente num nível intermédio, mais do que como troca instrumental da informação - *cf.* por ex. Mooney e Evans (2007, pp. 208-209). O projecto de Lash é interessante sobretudo porque surge originalmente a partir de um diálogo com Marx, mormente nos dois volumes co-produzidos com Urry (Lash & Urry, 1987, 1994), levando-o a uma forma de sincretismo em que é exímio, retirando e conciliando elementos de pensamentos distintos e até normalmente apresentados como contraditórios. Especificamente, perspectiva o individualismo expressivo não por contraponto ao individualismo utilitário e como relapso em formas de paroualidade ou alienação mas como característica habilitadora tornada possível por “economias de signos e espaço” que permitem tanto a acumulação de capital como a acumulação de símbolos, mobilizável em formas associativas que, tal Turner (1969), admite poderem constituir formas de anti-estrutura mesmo quando surgem dentro dos domínios aparentemente insuspeitos do lazer e do lúdico.

é pessimista, Lash introduz uma réstia de esperança. Se Jameson aponta para a cultura mantida nos meios digitais como esquecimento, Lash admite que o atomismo no individualismo não tem que ser solipsista e negativo, ele permite ligá-lo à sua recuperação de forma teoricamente mais substantiva e consistente do que por exemplo Wellman, indo mais fundo ao admitir a possibilidade de que as categorias elas próprias estejam obsoletas e precisem de ser revistas e que de facto aquilo a que se assiste é a uma mudança pós-cognitivista no paradigma do *self* e da sua constituição, convertida numa espécie de *bricolage da identidade*. Neste caso, também a *desdiferenciação* surge como fenómeno central, porém associada serendipitivamente à especialização “flexível” e à necessidade da requalificação laboral de forma potencialmente emancipadora, impondo colateralmente capacidades à categoria daqueles cuja aptidão em adquirir competências para actuar como operadores simbólicos<sup>97</sup> constituiria um elemento emponderador e em que, como consequência, o individualismo se prefigura não em contraponto a mas como recuperação do comunitarismo, admitindo-se que a modernidade como sociedade - *Gesellschaft*, na formulação de Tönnies (2002) - corresponderia a uma fase transitória e incompleta que teria no horizonte imediato a possibilidade de atingir a plena consumação mediante a libertação das estruturas sociais da fase inicial do modernismo; uma em que a organização social se faria não em função dos *interesses* partilhados das colectividades mas dos *significados* partilhados da(s) comunidade(s) (*Gemeinschaft*), implicitamente possibilitados pela organização em rede.

Se na sociologia da cultura de Bourdieu não há grande margem para compreender a lógica da massificação dos meios de comunicação pessoais, desembocando numa oposição entre *high e low brow* (gostos alto e baixo) cuja caracterização e recorte classista parece ter hoje perdido grande parte da sua sustentação (cf. abaixo, p.268), Lash permite em contrapartida entender a reprodução em termos distintos, como albergando algo de criativo emergindo dentro do sistema reprodutivo, enquanto o próprio Jameson (1990) acaba ele próprio por subsequentemente buscar idêntica solução reabilitando a dialéctica negativa de Adorno, admitindo que a cultura popular pode constituir uma forma de torpedear o domínio das elites. Enquanto, não muito longe, outros, como Peterson e Kern (1996) partindo da moldura bourdesiana, pretendem diagnosticar que se assistira actualmente a uma adesão das classes dominantes às formas de cultura popular que tornariam irrelevante tal destrição, substituindo-a ao invés

---

<sup>97</sup> A este propósito Bourdieu levantaria certamente uma objecção. Na medida em que tal capacidade é eminentemente função do capital cultural (reformulado sob a temática da *literacia digital*), Lash efectivamente não contesta a manutenção de uma clivagem social, de facto limita-se a reformulá-la admitindo – se quisermos ainda esquecer que o capital é procriativo - que com o reforço da aprendizagem informal ao longo da vida o capital cultural (mormente em função do pergaminho) se torna menos determinante e algo simplisticamente que na sociedade que se sucede a repartição se passa a fazer em torno de dois pólos oposto: o dos vencedores e o dos perdedores da reflexividade. Noutra leitura, podemos igualmente dizer que o que Lash sugere é afinal uma variante do modelo bourdesiano, enfatizando entre todas as formas de capital o simbólico como charneira e aderindo a uma concepção *frouxa* e porventura optimista de reflexividade cujo vitalismo (Lash, 2006) mantém intocada a essência do problema do poder como assimétrico (de facto, como capacidade de condicionar e disputa pela titularidade de quem define os significados) abrindo em contrapartida, a nosso ver, um alçapão para um relapso reaccionário quanto ao que constitui a essência do “conhecimento”, mormente mediante uma leitura da cultura tecnológica que a habilita através da recuperação do “círculo mágico” de Huizinga (Lash, 2002, p. 167 e seg.s) e da contraposição do “lúdico” como “primevo”, mais directo, autêntico e intuitivo modo de experiência e acesso imanente por oposição ao modo representacional e cognitivo, cuja transcendência e separação entre conhecimento e acção constituiriam características típicas da modernidade (cf. adiante, a nota 138, p.169).

pela oposição entre dietas de cultura e média *omnívora* e *unívora*.

Ao retirar-lhe a carga cognitiva (seja, relativa à deliberação racional e a um modelo do conhecimento tipicamente positivista que procede para o conhecimento do particular a partir da generalização de modelos universais *a priori*), associada em Bourdieu ao capital cultural como efeito do sistema educativo enquanto instrumento essencial na hierarquização e definição da legitimidade das formas gosto e base da distinção, privilegiando, contra a mediação abstracta e conceptual do racionalismo cartesiano (vistas como lastro incumbente), mediante a incorporação das semiologias de Saussure e de Pierce, a identificação icónica e a mediação estética, proximal e mimética, Lash (2001, p. 167) antevê características de reflexividade estrutural na contemporaneidade, caracterizada mais pela desconfiança do que pela confiança nos sistemas de peritos, que permitem ao indivíduo, integrado nos sistemas de comunicação sócio-tecnológicos, apropriar-se e inverter os termos de um sistema vocacionalmente perpetuador, em que a própria precariedade engendraria reflexividade (e através desta resistência à comodificação<sup>98</sup>) e onde se deseja descortinar o caminho de “uma política de democracia plural, radical, arraigada ao localismo e nos interesses “pós-materiais” dos novos movimentos sociais”, no qual “o que sustenta a reflexividade não são nem as estruturas sociais (económicas, políticas e ideológicas) do marxismo, nem as estruturas sociais (institucionais e normativamente reguladas) do funcionalismo parsoniano, mas um conjunto articulado de redes globais e estruturas de informação e comunicação” (Lash, 2001, p. 150) que tanto habilitariam a manutenção da imagem do poder institucional, transmutada em disputa jurídica pela propriedade intelectual, como abririam espaços de popularização e contestação desse mesmo complexo – consoante ilustrado, por exemplo, pela relação entre o consumo e a disponibilidade dos produtos culturais e o fenómeno da pirataria *online*, opondo de um lado as multinacionais detentoras de direitos que pretendem monetizar e do outro uma multidão anónima de consumidores que não se resignam a tal lógica, contrapondo aos filtros e aos geobloqueios um permanente dinamismo na instituição de redes de partilha dentro das redes (*e.g.* como sucedâneos do BitTorrent, as redes anónimas I2P ZeroNet Freenet, o motor de busca descentralizado YaCy<sup>99</sup>, *et cetera...*), contornando o seu crescente policiamento.

Tal linha de pensamento interessa-nos. Interessa-nos porque perspectivar a comunicação digital como expressão de reflexividade estética ao invés de como mera interposição tecnológica, adequa-se a e permite compreender o jogo locativo enquanto duplamente mimético: como *play* e como mediação proximal. Permite confluir com Bateson (*cf.* abaixo. p.138 e seg.s) e perceber como por exemplo o

---

<sup>98</sup> *Commodification*, traduzível em português europeu pelo neologismo “comodificação” e por vezes no português brasileiro por “comoditização” é um conceito extraído da teoria marxista usado para descrever o processo mediante o qual algo que normalmente estaria fora do mercado e a que não seria atribuído valor comercial passa a ser incorporado neste e a ser alvo de transacção. É por assim dizer uma forma de “mercantilização” (literalmente, de “benzificação”, de “bens”/haveres) em que se atribui valor pecuniário a elementos da vida social (artefactos, mas também processos ou serviços) que anteriormente não o tinham. Mejias (2013, p. 28) fornece três exemplos pelos quais este processo genericamente opera: **privatização** (transferência de serviços originalmente tidos por essenciais e em conformidade prestados sem móbil lucrativo do estado para o sector privado), **comercialização** (por exemplo colocando os centros de investigação das universidades a fazer pesquisa aplicada ao serviço das empresas) e **socialização do trabalho**, sugerindo que o último é aquele que melhor acomoda a realidade das redes sociais e o modelo de produção cooperativa que alegadamente a suporta.

<sup>99</sup> Vejam-se: <https://geti2p.net/en/>, <https://zeronet.io/>, <https://freenetproject.org/> e <http://www.yacy.net>.

geocaching é um actividade metacomunicativa posta, na tipologia de Lash (2001, pp. 196-197), a meio termo entre o modo estético e o modo hermenêutico<sup>100</sup>. Entre um *eu* pós-freudiano que substitui como *drive* a necessidade de aprovação pelo desejo auto-sustentado (lacaniano); caracterizando-se simultaneamente pelo modo espacial do *boulevard*, pela *razão mimética* e pela *comunidade imaginada* engendrada em rede do primeiro e pelas práticas situadas e pela *comunidade reflexiva* do *lugar*, próprios da segundo; pela oposição da *diferença* e pela temporalidade do *sucesso* em que *tudo vale* face às meganarrativas cognitivistas que representam o espaço como algo de mental, abstracto e formal, assumindo como evolução benigna formas de curadoria (no caso, de zelo pelas geocaches), dele transcendentem como espaço representacional feito de condutas, actividades e práticas situadas.

O campo social do geocaching, como comunidade reflexiva que confronta a ética universalista do espaço opondo-lhe ora uma ética da não identidade (edificando os lugares do jogo ao arripio do espaço convencional) ora uma ética da particularidade, em que a verdade proposicional dá lugar a um complexo de poder-conhecimento em que cada geocache assume em relação ao lugar onde se implanta uma função estética desconstrutora e uma hermenêutica de verdade desveladora remetem para um modo de comunicação simultaneamente narrativo, analógico<sup>101</sup> e icónico; em que “ícones” são tanto os lugares como os artefactos físicos e virtuais neles impostos e entre eles circulados (*cf.* abaixo, p. 224 e seg.s) e o referente narrativo é construído entre o eu e o outro (*cf.* abaixo, p.245 e seg.s) tendo como nexos a partilha de uma prática e uma elaboração de significados que só se compreendem e adquirem dentro de e no processo da sua experiência.

Na mobilização que crítica Lash (2001, p. 190 e seg.s; 2002, p. 117) faz de Bourdieu, Pierce e Lefebvre (na definição de comunidade reflexiva como ponto do encontro entre *habitus*, hábitos e habitação) encontra-se, mais ainda, uma elaboração do que pode suceder quando o consumo individualizado se desvia da comunidade, identificando sete cenários possíveis (Lash, 2001, p. 198) e não necessariamente exclusivos que não só estabelecem um ponto de contacto com a tese do individualismo em rede de Wellman como permitem revelar o relativo simplismo deste último; em que o consumo tanto pode permanecer individualizado como ser reagrupado mediante as economias de signos e espaço (Lash & Urry, 1994) das estruturas da informação e comunicação; em que tanto se pode converter em “consumo posicional” (tal a sugestão de Rojek, *cf.* abaixo, p. 128), como tomar a forma do imaginário romântico surgindo como espécie de “sonho acordado”, mais ou menos alienante; em que, desligado dos esquemas de apreciação, tanto pode dar azo à moderna orientação pelas necessidades como, liberto, pode cooptar o indivíduo para dentro do espectáculo, tal a sugestão de G. Debord (2006) como, finalmente, pode enquadrar-se na “racionalidade instrumental do hedonismo calculista”, à *la* Featherstone (2007, pp. xxiii,58,84) e Daniel Bell, em que a “estrutura técnico-económica”, na acepção

<sup>100</sup> Enfatizando, tal a etnometodologia (*cf.*, abaixo, p. 150 e seg.s), a forma como os indivíduos tentam interpretar e fazer sentido do mundo e considerando que em tal processo mais do que uma auto-monitorização racional em que a mente controla o corpo e as acções, estes últimos são fruto da existência no mundo (Lupton, 2005, p. 120 e seg.s), destacando os aspectos guturais e aquilo que Bourdieu qualifica de *hexis* (*c.f.* acima, nota 72, p.100), em que a intuição, o sentimento e a emoção têm uma importância relevante e o conhecimento é desenvolvido através do e não apenas em relação ao corpo, tal a óptica fenomenológica.

<sup>101</sup> Por referência à Teoria Actor Rede e à Fenomenologia (Lash, 2002, p. 54 e seg.s e 89 e seg.s), no sentido do pensamento intersubjectivo operar por analogia/“semelhança” de preferência a de forma “lógica”.

deste último (Waters, 1996, p. 27 e seg.s), encoraja os compromissos éticos simultaneamente com o trabalho e com o consumo, segundo as regras da incessante busca da novidade, da volubilidade das modas, da “pornotopia” e da trivialização da cultura (Bell, 1978, p. xxvii), dando azo à determinação das opções da conduta como análise de custo benefício entre o prazer passível de ser obtido, o tempo passível de ser despendido e as outras pessoas

Lash está a nosso ver certo e na prática do geocaching haveremos de encontrar elementos de todos estes cenários.

### 5.2.2.1 PÓS-MODERNIDADE E INDIFERENCIAÇÃO

Em consonância com o exposto, Jameson (1988) atribui à pós-modernidade uma elisão das linhas entre a alta cultura e a cultura popular e de uma forma geral, em função da progressiva “culturalização do consumo (...) inseparável da ascensão de um sistema maduro de troca de bens instilado pelo capitalismo industrial” (Dunn, 2008, p. 3 e 53 e seg.s), a crítica pós-moderna rejeita a diferenciação estrutural como desenvolvimento de um número de esferas institucional-normativas em que o indivíduo se posicionaria horizontalmente, através dos diversos papéis que encarna, e as quais por seu turno, ao longo da sociedade, se articulariam verticalmente, diferenciando “alta cultura” de “cultura de massas”, entre a arte como estética ecléctica e como forma de diversão “vulgar”.

Em alternativa, as formas culturais da pós-modernidade são apercebidas como acompanhando a tendência para a flexibilização da produção, a qual presume a desintegração tanto vertical como lateral (Lash & Urry, 1994, p. 134), enfatizando os mecanismos de **indiferenciação**<sup>102</sup> em que a arte perdeu parte do seu “verniz” e da sua “aura”, passando a ser experimentada sobretudo através do espectáculo visual e na forma do entretenimento e do jogo (Lash & Urry, 1987; Urry & Larsen, 2011, p. 98 e seg.s). Assim, não só os diversos “ramos” de expressão artística (música, pintura, escultura, artes visuais etc...) tenderiam a misturar-se, compondo formas de *kitsch* (Baudrillard, 1998, p. 109 e seg.s)<sup>103</sup>, corrompendo

<sup>102</sup> A de-diferenciação (*de-differentiation*) do consumo (porventura traduzível igualmente em português como “desdiferenciação” ou “indiferenciação”) corresponde ao inverso da diferenciação, a um universo indistinto onde se assiste ao colapso de fronteiras entre categorias outrora separadas (Harris, 2005, p. 211) como por exemplo à erosão da linha entre ir a um parque temático e fazer compras. Ritzer (2010d, p. 211) posiciona-a entre os quatro princípios caracterizadores da “mcdonaldização da sociedade” como forma organizacional, sendo os restantes três: *tematização* (uso de um motivo para diferenciar um local), *mercantilização* (através do uso do merchandising) e *trabalho emocional* (encorajamento do espírito de equipa). Cf. Featherstone (2007, p. 68) e Rojek (1993, p. 3), bem como, aplicando o conceito à suspensão dos papéis sociais no quadro da função ritual, Kemper (2011, p. 72); em linha com Lefebvre, aos espaços de lazer contemporâneos como contraditórios, mesclando livre-escolha e comodificação, Rojek (1995, p. 102); à democracia como contraparte da diferenciação implícita no moderno nacionalismo, Delanty e O'Mahony (2002, p. 37) e, finalmente, à promessa da indiferenciação espacial carreada pela interactividade dos média digitais como efectiva cenoura para arregimentar o trabalho voluntário e o consentimento em ser monitorizado, Couldry e McCarthy (2004, p. 196)

<sup>103</sup> Baudrillard (1998, p. 111 e seg.s) articula o seu conceito de *kitsch* em estreita relação com o de *gadget* como forma lúdica. Não obstante, para ele, o “piroso” como “belo-feio” apesar de produto da massificação continua a ser animado por uma vontade de distinção; constituindo por assim dizer ser uma forma *indiferenciada* de diferenciação. Nesta lógica, se “a máquina era o emblema da sociedade industrial (...) e o *gadget* o emblema da sociedade pós-industrial”, poderíamos acrescentar que como máquina manipuladora de símbolos por excelência o dispositivo móvel (o *tablet* e o *smartphone*) constituem presentemente o emblema típico da sociedade informacional, “definidos pela sua potencial inutilidade e valor lúdico combinatório. Insígnias (*badges*) prontas a vestir” (idem, p.112). Analogamente, Eco (1995) assume que a condição contemporânea é marcada por um clima de *hiper-realidade* (correspondente à abolição de distinção entre a coisa real e a imitação, entre signo e

o sentido do gosto (Gronow, 1997, p. 31 e seg.s) e tornando-se cada vez menos uma função da capacidade de apreciação dada pelo *habitus* de classe, como se afastariam do ideal kantiano do acto estético como algo de intelectualizado e distanciado, fim em si mesmo e desprovido de outro interesse<sup>104</sup>, pelo qual a mente estruturaria o mundo sensual (a arte como acto mediador) cedendo lugar ao valor do abraço deste último.

Na fruição pós-moderna da cultura as experiências de afecto, prazer e distracção predominariam sobre contemplação e a “racionalidade” fria, típicas por exemplo da visita a um museu. As audiências seriam envoltas e o impacto imediato prevaleceria sobre as propriedades formais, perdendo-se profundidade crítica (Ritzer & Smart, 2003, p. 400).

Oponha-se, como exemplo típico, a frequência de um concerto de música sinfónica, em que o público se posiciona de forma imóvel e contemplativa, face à prática corrente dos “Festivais de Verão” como forma de imersão num ambiente específico em que a música coexiste com a restauração e espécies de campismo mais ou menos espontâneo e todo um clima em que os participantes são parte activa; em que o corpo é posto em movimento e os cheiros e os sabores, o *chamon* e a “Super Bock”, coexistem com a pura audição.

Por conseguinte, as hierarquias verticais de diferenciação seriam cada vez menos importantes, substituídas por uma economia cultural (isto é, uma oferta de produtos e serviços em torno da cultura) em que a separação entre os objectos culturais e a audiência se torna menor, sendo esta a última levada à participação activa. Noutra das suas formas, podemos igualmente testemunhá-lo na incorporação crescente nos espectáculos de palco seja de momentos em que os *performers* descem do mesmo e levam o espectáculo directamente à plateia, seja na forma como contemplam momentos em que elementos da audiência são convidados a subir ao palco. Outras expressões mais comuns constituem, no meio televisão, a emergência dos inúmeros programas que integram partes substanciais da “vida real” dos participantes, já não só na forma dos ambientes fechados em estúdio tipo “Big Brother”, mas na forma

---

significante) que impregna a experiência quotidiana de qualidades alucinogénias e irónicas. Ao invés de chamar às práticas resultantes *pastiche*, Eco prefere a expressão *kitsch* para descrever uma cultura em que o consumidor se presume *connaisseur* e por exemplo o consumo de hambúrgueres se converte em “hamburgologia *gourmet*”.

<sup>104</sup> Talvez seja, não obstante, prematuro descartar a percepção do desinteresse como condição da apreciação e do prazer estéticos. O tema da comida e da refeição, renovado não só nos média, tanto na televisão como nas múltiplos sítios de partilha de receitas que se podem encontrar na Internet, bem como na popularidade das resenhas a restaurantes nas plataformas sociais locativas, como experiência inerentemente sensual, relativa ao sentido do paladar e do olfacto tanto quanto ao da vista, preserva-o na forma da oposição entre quantidade e qualidade, entre o referente minimalista da “alta cozinha” por oposição ao tipo populista do “enfarta brutos”, de tal modo que uma boa refeição, como acto perceptivelmente “belo”, continua a presumir o esquecimento e colocação em segundo plano do instinto da fome, da mesma forma que a ambiência e o enquadramento social, patentes na apreciação da simpatia do “serviço” e na decoração da “sala” continuam presentes e com eles mantem-se a validade de Simmel para quem “o que chamamos belo é algo que suscita em nós um reflexo subjectivo de propósito sem sermos capazes de dizer a quem ou a quê ele diz respeito. Gera em nós uma gratificação da existência humana na sua pureza e irrealidade” (Gronow, 1997, p. 144). Por conseguinte, numa contra-leitura, seria possível advogar que o traço do consumo cultural pós-moderno repousa menos na desdiferenciação do acto estético como na desdiferenciação dos contextos em que pode ocorrer, tornando-o mais “acessível”; numa descomplexificação do exercício dos sentidos que, porém, presume o seu refinamento como condição diferenciadora, mantendo no íntimo, como meta, a remissão para a pureza irreal da mente apreciadora. Neste caso, mais que do que da quebra da capacidade diferenciadora da “arte”, talvez seja mais pertinente falar na ascensão da ludificação e do jogo, tal Bauman, assumindo, tal Lash, que o que há de relevante é a adopção do comportamento mimético e a colocação do corpo em movimento.

seja de concursos (pense-se no arquétipo Master Chef, em que o pretexto culinário surge pontilhado de “reportagens” e apontamentos biográficos em que os participantes surgem em *flashback* no seu ambiente doméstico) seja de séries de entretenimento que efectivamente consistem em acompanhar o dia-a-dia dos executantes de determinada tarefa, que normalmente seria tida por banal, espectacularizando-a com doses por vezes difíceis de distinguir entre espontaneidade e encenação. Pense-se, ainda, nos inúmeros programas, inclusive debates informativos, que passaram a integrar sondagens em tempo real, por vezes admitindo a intervenção do espectador ou do ouvinte através da colocação de questões nas redes sociais, subsequentemente cooptadas para a emissão em directo.

Com a massificação do consumo e o predomínio da classe média (Lash, 1990), a estética pós-moderna perdeu eclectismo. Não obstante, a grande novidade para o que diz respeito ao âmbito do nosso trabalho, no âmbito da comunicação mediada, reside no facto de a distinção entre as representações e a realidade se ter tornado mais fluída.

Mais importante, o público tornou-se consciente, aceitando-o, que os média são largamente espaços de simulação. A audiência de programas como o popular “A Casa dos Segredos”, não acredita necessariamente na factualidade das representações aí feitas ou se preferir das “fachadas” aí arvoradas, sendo perfeitamente capaz de as reconhecer enquanto “encenação”, no entanto deixa-se envolver na exacta medida em que nas redes sociais lhe é conferido o poder de participar, opinar, votar a expulsão e assim sucessivamente.

A polémica campanha eleitoral para a presidência norte-americana de 2016 proporcionou ela própria um exemplo de como tal lógica pode inclusive permear a comunicação política, convertendo-a numa espécie de performance e *reality show* em que o *bragging* e a bazófia são reconhecidos e valorizados enquanto tal; em que os potenciais eleitores não levam necessariamente a sério tudo o que os políticos dizem, valorizando não obstante a forma como o dizem; assumindo, na melhor hipótese, a validade do uso da hipocrisia como denúncia da hipocrisia.

Os formatos mediáticos contemporâneos, por consequência, integram a audiência no espectáculo. Levam o indivíduo a crer que é parte dele (Debord, 2006), remetendo para o predomínio do consumo conceptual como forma lúdica e para uma economia de signos, na acepção de Baudrillard, em que a expressão artística como objecto cultural genuíno e original é preterida ao espírito da paródia, da colagem e da recombinação. Levam à superficialidade e ao *kitsch* mas também ao *pastiche* e à perda do sentido de enquadramento temporal e histórico (Connor, 2004, pp. 10-11 e 49-50); a uma forma de evanescência da memória<sup>105</sup> a operatividade da qual deve ser compreendida como requisito para poder avaliar a mudança da própria cultura (Connerton, 1989; Cross, 2015; Derrida, 1996; Dijck, 2007; Downing, 2003; Frith & Kalin, 2015; Garde-Hansen, 2011; Garde-Hansen, Hoskins, & Reading, 2009; Landsberg, 2004; Mayer-Schönberger, 2009; Misztal, 2003; Olick, Vinitzky-Seroussi, & Levy, 2011).

---

<sup>105</sup> Igualmente formulada por Castells (2010, p. 460 e seg.s) como apologia de um “tempo fora do tempo” e imersão num “perpétuo presente”.

## Capítulo 6 - DA INCORPORAÇÃO DA LOCALIZAÇÃO NO LAZER

“A localização é o ponto focal da escolha e da acção de lazer. É o vector da imediata interacção mental e sensual no qual a escolha da opção de vida é exercida”.

Rojek (2005, p. 27)

Chegados a este ponto, vimos progressivamente como o espaço é um produto social, cuja imaginação, percepção e vivência tendem a acompanhar os ditames da organização económica e as estratégias de dominação (cap. 1); como as tecnologias de comunicação e transporte constituem instrumentos de poder mobilizados nas suas sucessivas reconfiguração, compreensão e legitimação (cap. 2 e anexos A e C) e como a produção cartográfica especificamente surge associada à abstracção e à racionalização promovidas pela moderna formação capitalista e correspondentes necessidades, inclusive de expansão e gestão coloniais, do estado burocrático demo-liberal (cap. 3), integrando e mantendo os mais recentes sistemas de posicionamento por satélite tal dinâmica histórica, que, uma vez cruzados com as redes de Internet, encontra por seu turno na webgeoespacial e nas tecnologias de comunicação móveis instrumentos adequados às necessidades do modo de desenvolvimento informacionista particularmente prosseguido a partir do final do século XX, uma vez consumadas a descolonização e o fim da guerra fria, marcado pela acção do conhecimento sobre o conhecimento e pelo capital organizado em redes permitindo o seu permanente fluxo transfronteiriço, à escala do mercado global. Vimos ainda como a correspondente apologia do conexonismo (cap.s 4 e 5), como lufada de ar acolhendo a crítica artística e pós-fordista que lhe permite esvaziar a pressão para a escolha e para a individualidade exercidas sobre o *self* liberal, já patente no romantismo, promove o individualismo expressivo e a desdiferenciação - a diversos níveis: cultural, entre tempos e esferas de vida, espaço público e espaço privado, produção e utilização de informação, trabalho e lazer... - e em particular como a respectiva cultura de consumo, através da *doxa* dos meios de comunicação digitais, convida os indivíduos a adoptarem como atitude natural associarem-se às qualidades dos bens mas também dos locais e às suas declarações de deslocação, usando-os como sistemas de informação (sobre tal veja-se ainda o Anexo B, em particular a sua terceira parte, p. XXIV e seg.s) para assinalarem estatuto e comunicarem as suas opções de estilo de vida, valorizando igualmente de forma positiva o experimentalismo, a flexibilidade, a consciência nómada, a importância da mobilidade e de uma atitude cosmopolita, sugeridos como “competências” críticas e requisitos de sucesso dos operadores simbólicos da economia informacionista. Herdando, não obstante, de permeio, as tecnologias que os permitem qualidades ora messiânicas, nas interpretações inspiradas por Weber e Durkheim, ora de conformismo, exploração e alienação, naquelas inspiradas por Marx.

Na sequência, o presente capítulo elege os domínios da ludificação, do lazer e do jogo móvel locativo como aqueles que vocacionalmente permitem a intersecção das tendências e preocupações anteriormente identificadas, dando azo, no dizer de Lash, ao surgimento de economias de signos e espaço albergando formas sociativas de índole meso, neotribos, comunhões, figurações, comunidades reflexivas, de gosto ou *liminóide*, consoante se prefira, marcadas pelo comportamento mimético, pela desorganização, pela auto-afiliação e pela *produsão* estética. Para tal, ele completa o *puzzle* necessário



à digressão empírica a empreender nos capítulos subsequentes, cooptando adicionalmente algumas peças de reflexão teórica das sociologias do lazer e do jogo. Complementando-o, o leitor poderá ainda desejar consultar o Anexo F, “Da Incorporação da localização nas práticas sociais e no geocaching em particular. Precedentes e ângulos do seu estudo na literatura”, p.LVIII e seg.s, onde se procede a uma revisão crítica de alguma da esparsa literatura produzida sobre o uso de plataformas de redes sociais incorporando localização.

## 6.1 TRABALHO E TEMPO LIVRE

“Porque (na lógica produtivista) o trabalho era encarado como necessidade humana fundamental e o centro da existência social, a comunicação, o jogo (*play*) e a socialidade foram marginalizados, assim exacerbando o sentido individual de desenraizamento. O lazer converteu-se num reino de liberdade artificial (...) crescentemente dominado pelo mundo de sonho da publicidade”  
Rojek (1995, p. 184)

A globalização trouxe mudanças aos ambientes sociais chamando entre outros a atenção para as imbricações entre trabalho, lazer, estrutura social e percepção da qualidade de vida (Haworth & Veal, 2004). O homem contemporâneo vive assim um paradoxo singular: a crescente inclusão da tecnologia e da automação tanto no local de trabalho como no seio do próprio lar geraram, mais do que em qualquer outra altura da história, no regime “pós-fordista” (Jessop, 2002, p. 96 e seg.s; Jessop & Sum, 2006, p. 58 e seg.s; Webster, 2002, p. 75 e seg.s), ganhos de produtividade e eficiência, devendo em tese libertar tempo e permitir deslocar o foco da existência da produção e do trabalho para o lazer e o consumo. Não obstante, o que uma mão deu a outra tirou. A aceleração tecnológica fez-se acompanhar da aceleração do ritmo de vida (Wajcman, 2008) e da própria mudança social, impondo a necessidade de produção activa e reflexiva do sentido do lugar e a defesa do posto laboral (Edwards & Wajcman, 2005, pp. 19-41). Consequentemente, ainda que a evolução, seja do transporte, seja da comunicação, tenham permitido aumentar velocidades e encurtar distâncias relativas o resultado foi o sequestro mais do que proporcional do tempo liberto, consumido no *multitasking* da comunicação ubíqua e na concentricidade de papéis por ela imposta ao mesmo tempo que nas plataformas sociais, sob o pretexto da agremiação da inteligência colectiva (Romaní & Kuklinski, 2007), emergiram formas inauditas de capitalização do *trabalho-lazer* (Miah, 2011) em que o limite entre ambos se tornou difuso. Acossado por um regime de conectividade permanente, num *tempo sem tempo*, simultâneo e atemporal, comprimido e negado (Castells, 2010, p. 460 e seg.s), o indivíduo tenta ainda assim recuperá-lo e ao seu equilíbrio, fá-lo de forma criativa, reclamando, entre outros, através da prática lúdica que os jogos locativos particularmente admitem, formas de socialidade e sociabilidade em que o lazer surge intercalado com o trabalho e o espaço se procura na sua forma natural, se estica e desmultiplica, edificando múltiplas camadas interpretativas de que o geocaching constitui exemplo eloquente de prática lúdica “em busca” (Proust, 1992) e de “emboscada” - seja “em movimento” e na procura ela própria dissimulada do “escondido” - do espaço-tempo perdidos.

Correndo paralela às análises de tempo e espaço empreendidas pelos estudos da comunicação e da tecnologia, a Sociologia do Lazer (Cricher, Bramham, & Tomlinson, 1995) e da Recreação,

consoante sufixada na margem oeste do Atlântico Norte, comunga a marca de água da oposição entre por um lado a perspectiva inspirada no materialismo histórico que tende a ver neles um escape, uma “libertação” e a busca de um “estado natural que é negado” por imposição do “roubo” da jornada de trabalho e por outro da ética de trabalho do calvinismo que de acordo com Weber via no ócio a renúncia à salvação, ao mesmo tempo que na economia política clássica David Ricardo, Jeremy Bentham e Stuart Mill apresentavam o trabalho pago como o principal instrumento através do qual os indivíduos se podiam desenvolver como pessoas morais e agentes económicos através do contributo para a riqueza e bem estar-comuns (Rojek, 2005, 2010).

Com base em pressupostos diferentes ambas as ópticas convergem numa ideia que se tornou comum<sup>106</sup>: a de que os instantes de “lazer” são instantes de “excepção” numa rotina marcada pelo trabalho (Scranton, 2007) e pelo tédio, mesmo quando a veia protestante se refina e, na tradição do pensamento social norte-americano a conquista do tempo livre é encarado como sinal de progresso e civilização e uma aquisição positiva da evolução tecnológica que progressivamente permeou tanto as vias e meios de comunicação (pense-se por ex. no significado que o Ford modelo T teve na vida das famílias) como a própria gestão dos lares, com muitas tarefas rotineiras a serem mecanizadas (Nye, 1994; Pronovost, 2000, p. 356 e seg.s).

Enquanto o trabalho é uma necessidade, o lazer é visto como domínio de liberdade, de acção voluntária e da busca do prazer tidos por indispensáveis à constituição de um *modus vivendi* satisfatório e à possibilidade do indivíduo realizar o seu pleno potencial criativo.

O “**lazer**” reporta-se assim às actividades “lícitas”, não coagidas, livremente-escolhidas, levadas a cabo durante o tempo dito “livre”, remanescente ao de labuta e às obrigações profissionais e domésticas; ao domínio de acção em que os indivíduos crêem que estão a agir no exercício do seu livre-arbítrio, fazendo algo por cuja escolha acreditam ser os únicos responsáveis. A “**recreação**”, por seu turno, conota a porção explícita desse lazer que serve para “reparar” a fadiga induzida pelo trabalho, algo que o senso comum captura na expressão “recarregar baterias”. Paralelamente, a “brincadeira” ou “**jogo**” (*play*) constitui uma versão ainda mais circunscrita, no domínio daquilo que se faz por lazer ou recreação e sem qualquer tipo de utilidade prática - por exemplo, jogar petanca por oposição a ocupar-se como *hobby* com a carpintaria ou o tricot (Bryant & Peck, 2007, pp. 197-204, Vol. II).

As actividades de trabalho e lazer são correlacionáveis ora enquanto *extensão* residual uma da outra (esferas não inteiramente autónomas, em que tendencialmente o regime de escolha do lúdico é tributário do laboral, constituindo sua variável dependente), ora como estando em *oposição* (domínios contraditórios, em que o lúdico se constitui como fuga deliberadamente distinta do laboral, enfatizando a liberdade de escolha dos actores), ora como tendo uma relação de *neutralidade* (dimensões sem qualquer correlação, nem de extensão nem de negação).

---

<sup>106</sup> Ainda que não necessariamente verdadeira. Consoante demonstrado por Haworth e Veal (2004, p. 15 e seg.s) uma negligência da história e de trabalhos pioneiros como o de Huizinga (*cf.* adiante, p. 131 e seg.s) levaram a que a tradição nos estudos do lazer, em particular britânica, a partir da década de 70, tenda a perspectivá-lo como produto da industrialização quando a existência de actividades de lazer é tão antiga quanto a humanidade (discussão de resto análoga à artificialidade da clivagem produção-consumo que subsequentemente postula a confluência de ambos e o “prosumo” em rede como “novidade”, *cf.* nota 254, p. XLIV).

A sociologia do lazer é indissociável da sociologia do consumo, seja porque o segundo constitui actualmente o mais poderoso elo entre os reinos económico e sociocultural, seja porque ele pode constituir uma forma do primeiro seja, enfim, porque ambas as práticas vieram a ser percebidas como estratégias de aparente emancipação e realização da condição individual.

Neste quadro, a introdução na vida contemporânea das tecnologias, mormente de produção, de transporte e finalmente de comunicação ubíqua, é relevante na medida em que estas permitiram paliar a tensão entre o instinto e a escassez, a busca da satisfação e a limitação dos meios para o obter (Cross & Proctor, 2014). Paliam-no na medida em que respectivamente libertam tempo e permitem a acumulação doméstica de excedentes<sup>107</sup>; porque facilitam a mobilidade e a fruição de espaços distintos aos da rotina através do turismo massificado (Urry, 2003b) e finalmente porque crescem as necessidades de uma aura conceptual infinitamente desmultiplicável no espaço virtual, convertendo este no *locus* onde por excelência “o consumo liga o valor de troca e a satisfação do desejo e da necessidade material à produção de significado, à identidade e a um sentido de lugar e pertença social” (Dunn, 2008, p. 3).

Consumo e lazer arvoram uma cultura que tem por meta o gozo (Bramham & Wagg, 2011; Cross, 1993, 2008; Cross & Walton, 2005). “O consumismo sucedeu onde outras ideologias falharam porque ele incorporou em termos concretos os pontos cardeais das ideias políticas do século (XX) – liberdade e democracia” e como tal “os bens de consumo permitiram (...) a libertação das antigas e relativamente seguras comunidades e a entrada no individualismo expressivo de uma sociedade de massas dinâmica” (Cross, 2000, p. 2).

Eles constituem, por conseguinte, o operador entre as concepções clássicas de comunidade e o individualismo em rede (sobre estes veja-se a discussão acima, p.84 e seg.s) em cujo contexto mais do que a liberdade abstracta de participar num espaço cívico e comum de discussão livre (a esfera pública) vingou o acento tónico na possibilidade da expressão individual e mais importante na realização pessoal através da afiliação simbólicas aos bens e ao lazer como instrumentos de prazer e alvos de exercício de escolha.

### 6.1.1 LAZER, CONSUMO, CONTEXTO E POSICIONAMENTO

Consistentemente com as linhas mestras com que este trabalho se cose, a conceptualização dos sentidos de distinção e de gosto que encontramos em Bourdieu como norteando as práticas (*cf.* acima, p. 98 e seg.s), mormente de consumo cultural, através da oposição entre o que é apercebido como “raro” e aquilo que é tido por “vulgar” encontra mais recentemente eco e reformulação na proposta de Chris

---

<sup>107</sup> Beck (2000) apresenta neste particular como contraponto uma visão crítica e provocatória, tornada particularmente aguda de 2008 a esta parte, mediante a consciência premente da insustentabilidade do modelo económico do consumo assente no crédito, em que pretende ver no exemplo do Brasil o futuro da Europa. Especificamente, aduz que o modelo que levou ao advento das sociedades do lazer e ao estado-social no velho continente está em risco de desaparecimento mediante a crescente precarização e insegurança no trabalho. Entre outros, o aumento do desemprego e a redução dos mecanismos de redistribuição da riqueza, mormente com a diminuição dos tempos (protelando a aposentação para mais tarde) e dos valores das subvenções atribuídas na reforma, por excelência “o tempo de lazer”, fazem com que o número daqueles com emprego garantido para a vida – e efectivas condições de “acumulação” de meios para experimentar o “lazer” – diminua e em alternativa surja uma sociedade flutuante maioritariamente marcada por ocupações *ad hoc*, tal como na tipologia da economia sul-americana semidesenvolvida e plena de contrastes.

Rojek quanto às preocupações que devem nortear uma sociologia do lazer em termos da sociedade do consumo, como oposição entre o que é “perene” e o que é “escasso”, ligando-se o campo do lúdico, à semelhança de Adorno<sup>108</sup> às condições de desregulação do mercado neoliberal em relação com a função dos bens, como parte de uma “dialéctica do posicionamento”, de tal modo que, tal Veblen (2007) e Fred Hirsch (1977, p. 27 e seg.s), se aduz que “não importa que sistema de gestão da escassez é adoptado os indivíduos e os grupos procurarão a distinção e usarão as suas escolhas de lazer para significar honra, privilégio e patente” (Rojek, 2010, p. 16), existido um mercado perpétuo para os bens posicionais.

Consistentemente, também, com a discussão dos campos sociais como palco de violência simbólica em Bourdieu, Rojek (2005, p. 24 e seg.s), numa colação explícita ao realismo político que nos não é estranha, invoca a filosofia política e o pessimismo antropológico de Thomas Hobbes (1996)<sup>109</sup>, para estabelecer como ponto de partida dos estudos de lazer a condição individual como fruto de duas tendências opostas: uma centrada no **voluntarismo** e na agência dos actores, outra no determinismo das estruturas e no **comportamento por compulsão**. Assim, na sua sugestão, as actividades de lazer devem ser examinadas, como as demais, enquanto “relações de poder em termos da motivação dos actores, a localização das estratégias de comportamento e o contexto de acção.”

Para o que nos interessa, em particular, entrecruzando tecnologias de comunicação e localização e espaço, Rojek (2005, p. 27) sugere a introdução de uma distinção metodológica entre “localização” e “contexto” no estudo das práticas de lazer, em termos tais que a primeira se refere “às circunstâncias imediatas de causalidade que resulta da opção por uma acção de lazer” e o segundo ao enquadramento no qual a primeira está situada. A utilidade reside na heurística resultante, chamando a atenção para a necessidade de balancear e reconhecer a interdependência entre ambos e o risco seja de exagerar a importância dos mecanismos de diferenciação (seja, de não conceber que a prossecução das actividades de lazer possa ser extirpável da preocupação com o estatuto) seja consequentemente negligenciando que as questões de interesse também possam ser equacionadas em termos da prossecução do que os actores possam ter em comum (seja, a possibilidade da cooperação). Um terceiro risco seria o de privilegiar excessivamente as questões de localização em relação às do contexto. Este, porém, revela-se mais diagnóstico do que prognóstico, atendendo a que uma das características dos novos ambientes da

---

<sup>108</sup> Para o qual (Adorno, 2009, p. 62 e seg.s) a moderna cultura do “tempo livre” desvirtuaria a função do ócio e tenderia – por exemplo através da promoção do *do it yourself*, de que cadeias como a popular loja de móveis IKEA são expoentes - a emular a ética do trabalho, assumindo formas que têm como função estruturar as práticas de consumo; em que ter *hobbies* passou a ser uma expectativa social e mediante tal associação uma não-liberdade; e em que o carácter fetichista da mercadoria tende a ser incorporado no próprio corpo, consoante por exemplo a forma lapidar “trabalhar para o bronzado” mas também em certas formas de *fitness*. Nesta visão, “o tédio existe em função da vida sob coacção do trabalho e sob rigorosa divisão do trabalho”, sendo, por conseguinte, o “tempo-livre” o seu reverso/corolário concomitante e necessário, remetendo-se, como motivo a necessitar de investigação, para o que sucede com este último em condições de aumento da mecanização da produtividade, porém sob relações produção em que as pessoas nascem inseridas e lhes prescrevem as regras de existência.

<sup>109</sup> Para quem, escrevendo originalmente em 1660, a condição humana está marcada pela luta tácita dos indivíduos entre si por uma posição vantajosa – segundo a fórmula *homo homini lupus* (o homem é o lobo do homem) -, pela competitividade, pela penúria e pela desigualdade em que consequentemente a solidariedade emerge não como estado natural – consoante Aristóteles ou Rousseau, com o seu mito do bom selvagem – mas como confeito e produto de regras cuja função é assegurar o mal menor e a possibilidade do convívio sem violência.

computação em rede ser precisamente a passibilidade de diversificação dos contextos virtualizados, alterando e porventura condicionando a causalidade da experiência das localizações.

Finalmente, outro factor crítico para que nos é chamada a atenção reporta-se à importância dos “grupos de pares” (Rojek, 2005, p. 31), como grupos de formação de opinião tendencialmente heteronómicos, passíveis de induzir um condicionamento inconsciente da liberdade de escolha (análogo ao efeito do *habitus* de classe em Bourdieu), determinando-a e fazendo que as preferências relativamente à ocupação do tempo-livre sejam menos “livres” do que realmente parecem, conformadas com os valores e crenças dos grupos de pertença, notavelmente, no que concerne aquilo de que nos ocupamos, através da sua constituição no contexto das plataformas sociais móveis e locativas.

## 6.2 QUANDO A DISTÂNCIA NÃO IMPORTA. DO QUEM SOU AO ONDE ESTOU

Tendo equacionado o lugar do lazer e da ocupação dos tempos-livres em geral importa aprofundá-los no quadro particular do seu encontro com a mobilidade e os jogos, reconhecendo que a correspondência destes últimos com a “ideologia do lazer” (Baudrillard, 1998, p. 155; Dann & Parrinello, 2009, p. 13; Rojek, 2010, p. 48) e a crescente ludificação da vida social em geral foram particularmente exponenciadas pelo aproveitamento das tecnologias móveis, não por acaso, mas como corolário concordante.

Esta demonstração está claramente mapeada e faz-se através de uma aproximação em sucessivos patamares gradativos, triangulando “jogos”, “tecnologias”, “espacialidade” e “identidade”. Em primeiro lugar reconhecendo que o “jogo” é uma prática cultural e civilizacional que não se esgota no “divertimento” e cumpre uma função social mais alargada, tal é notavelmente a asserção do *homo ludens* em Huizinga (2000), originalmente avançada na década de trinta do século e subsequentemente ampliada por Caillois (2001); em segundo lugar reconhecendo que com o advento da computação móvel a sua deriva para o jogo é sociologicamente coerente na medida em que a dissolução da distinção entre tempo de trabalho e tempo de lazer se faz acompanhar da ubiquidade simultânea da ludicidade e da tecnologia, passando-se, na asserção de Ortoleva (2012), à condição aprofundada do *homo ludicus* (“que tende a jogar em todo o lado e em muito distintos momentos da vida”); e em terceiro lugar que comungando jogo e tecnologia em rede ainda a característica de serem processos metacomunicativos (Bateson, 1955) os seus impactos na deslocação e na constituição da identidade são igualmente consistentes na medida em que se permite uma construção narrativa do *self*, notavelmente através de e a propósito dos lugares (Silva & Hjorth, 2009), levando Frissen (2015) a uma reavaliação contemporânea do encontro entre identidade, média, jogo e internet móvel através do que designa como “Homo Ludens 2.0.” enquanto Schwartz e Haleboua (2014) o formulam sugerindo o advento de um *self espacial* como produto de uma construção da identidade baseada na performance nos meios sociais locativos, enquanto Kjølsvrød (2003), por seu turno, cruzando Goffman com o tipo do aventureiro em Simmel (1971, p. 187), é levado a explicar como o jogo em geral, através da adopção da “mediação metafórica do *Self*”, transferindo-o para o que é jogado e colecionado/articulado dentro dele permite construir a identidade como estória, passível de ser sucessivamente narrada/recontada com a vantagem

– o “truque narrativo” – da colação a dados feitos tangíveis, como forma de reforço.

### 6.2.1 SOBRE A POLISSEMIA DE “PLAY”

Para que discussão se torne subsequentemente mais clara importa, no entanto, fazer desde já duas importantes clarificações de modo a afastar a possibilidade de aparente mistura de “alhos com bugalhos”. Assim, em primeiro lugar, deve-se salientar que a invocação da literatura anglo-saxónica levanta uma dificuldade relativamente ao domínio daquilo que o verbo *play* compreende<sup>110</sup>. O vocábulo inglês é polissémico e encerra um conjunto de distintos significados que a língua portuguesa decompõe, designadamente como “jogar”, “brincar” e “representar”. Nesta medida a palavra “play” permite ela própria alguma “brincadeira” na medida em que colude diversão, experimentação e simulação, três processos à partida sociologicamente distintos<sup>111</sup>: o escape através do lazer e do “jogo” em sentido estrito (seja individual, como nalguns jogos de cartas tipo “paciência” seja colaborativo, como por exemplo no caso do “futebol”), a socialização através da brincadeira, como a empreendida pelas crianças que no decurso da infância experimentam diversos papéis como preparação para a vida adulta e finalmente o domínio social dos encontros e da sociabilidade, feita de regras, simplificações e confronto de “fachadas”, em que na tradição dramaturgica os indivíduos se perspectivam no quotidiano como “actores” representando dados papéis.

Muito do que se tem escrito sobre a omnipresença do “*play*”/jogo e da “ludificação” nas sociedades contemporâneas admite que estes três processos são um contínuo inextirpável e que os indivíduos não só “jogam” mais como ocupação do tempo como adoptam lógicas de experimentação e “brincadeira” anteriormente exclusivas da infância e adolescência, como finalmente, através das redes sociais e da comunicação em rede, encontram renovados instrumentos para compor as suas fachadas.

Em segundo lugar, conjugar “mobilidade” com “jogo” e com “tecnologia” não remete nem se esgota forçosamente no uso específico das plataformas de jogos móveis locativos. É uma realidade que lhes é anterior e à própria incorporação da internet móvel nos dispositivos computacionais, traduzindo uma tendência desde logo patente nos seus predecessores, os telemóveis ditos de primeira geração, os quais se fizeram acompanhar de aplicações como o célebre *snake* da Nokia ou mesmo antes disso os *walkmans* e as primeiras consolas portáteis que já eram formas de jogos e diversão móveis, da mesma forma que por exemplo o Média rádio, presente nos automóveis, tipicamente explorava e ainda explora

<sup>110</sup> Neste mesmo sentido, sobre “A Ambiguidade de *Play*”, veja-se Sutton-Smith (1997), o qual, em acréscimo, tipifica a subsistência do tema na teoria social em função de sete tradições retóricas, associando-o, respectivamente: ao *progresso*, ao *destino*, ao *poder*, à formação da *identidade*, à constituição de um *imaginário*, do *self* e à *frivolidade*.

<sup>111</sup> Um quarto significado é ainda dado pela expressão “to play an instrument” (literalmente, tocar um instrumento). Neste, *play* equivale a execução, a performance prazenteira, podendo de algum modo sintetizar os demais admitindo que os indivíduos se “interpretam” (tal uma partitura) a si próprios e no processo se afinam, tal uma orquestra, face aos demais - *cf.* o conceito de *afinação* em Coyne, acima, p. 83. De um ponto de vista puramente etimológico, note-se ainda como curiosidade que de facto o termo inglês deriva da forma latina *plaga*. A qual tem originalmente como significado “golpe, pancada, ferida”, mas também “prejuízo e desgraça”. Enquanto o inglês reteve o primeiro sentido, associado positivamente à acção disferida sobre as cordas por exemplo de uma viola, as línguas latinas retiveram sobretudo o segundo na forma de “praga” e calamidade. - *cf.* McLean e Hurd (2012, p. 26)

o “jogo” na forma de passatempos com ouvintes, frequentemente em deslocação.

### 6.2.2 COORDENADAS TEÓRICAS DO “JOGO”. DO *HOMO LUDENS* AO *HOMO LUDICUS*

Antes que a sua recuperação se torne possível, torna-se igualmente necessário definir brevemente algumas coordenadas da discussão do “jogo” na teoria social. Assim, na sua obra, subtitulada “Estudo do elemento jogo na cultura”, Huizinga (1949, 2000) perfila a propensão para o uso do jogo como traço da condição humana – marcada pelo *homo ludens*, homem jogador - em oposição sucessivamente à sua condição como ser pensante, o *homem sapiens*, que identifica com uma excessiva ênfase na racionalidade, tipicamente iluminista, como marca do primeiro alvor da modernidade e ao *homo faber*, homem fazedor, como condição intermédia, correspondente ao reconhecimento durante o século XIX de algum excessivo optimismo antropológico<sup>112</sup>.

O valor do “jogo” é emotivo e pré-reflexivo, anterior à cultura na exacta medida em que os próprios animais o praticam (pense-se no comportamento “brincalhão” das crias de virtualmente qualquer mamífero) e é ao mesmo tempo o instrumento constituidor da civilização, produzindo muitas das formas da vida social (atente-se por exemplo ao legado material do império romano, cujos resquícios legados à posterioridade constituem eminentemente locais de ludicidade, desde os complexos termais aos anfiteatros, hipódromos e coliseus).

Pensar a cultura como jogo pode ser também relevante na medida em que constitua uma alternativa – ou pelo menos um complemento - ao puro materialismo histórico na exacta medida em que é admitir que nem toda a acção humana é orientada pela satisfação das necessidades, que existe uma função contingente significativa “em jogo no jogo” que transcende e permite atribuir significado à acção para além do interesse estrito<sup>113</sup>, uma função de sanidade necessária à própria psique - de algum modo

---

<sup>112</sup> Para uma avaliação crítica da problemática do “homo faber” *versus* o “homo ludens”, correspondente à discussão de como trabalho e lazer se relacionam no pensamento social das últimas décadas veja-se o excelente capítulo final de Rojek (1995, p. 175 e seg.s), em que, no essencial, se constata que a ênfase no primeiro subsistiu ao esforço *a contrario sensu* de Huizinga e continua presente na forma como o trabalho é percebido como “acção racional” fundamental, mais bem capacitada para preencher as necessidades individuais e sociais de produção, reprodução, comunicação e autoridade política, por referência ao que o “lazer” e o jogo se constituem como fenómenos marginais, relativamente “elásticos” e passíveis de ajuste conjuntural, logo alvo de menor atenção. Sayers (1987, 2005), notavelmente, posiciona o trabalho como “necessidade” humana inalienável, defendendo que é através dele que o indivíduo se realiza. Na asserção centrada no *homo faber* a separação entre trabalho e tempo-livre só faz sentido na medida em que o segundo sirva o primeiro, constituindo um afastamento do ideal que seria englobar o lazer dentro do labor, de certa forma por analogia com as preocupações e prática de pensadores germinais como Herbert Spencer e Frédéric Le Play (cuja concepção fabril contemplava a integração de infra-estruturas de apoio e lazer associadas ao perímetro do próprio complexo produtivo), com um certo modelo de corporativismo (vigente em Portugal, por exemplo, a dada altura, no complexo CUF, no Barreiro), com a cultura organizacional das corporações japonesas ou ainda no extremo do *stakhanovismo* e na glorificação soviética do trabalho. Huizinga, por contraste, veio advogar o primado estrutural do lazer sobre o trabalho e da emoção sobre o império da organização racional.

<sup>113</sup> Haverá no entanto sempre quem se sinta inclinado a admitir que esta formulação é optimista e que como parte do entretenimento o “jogo” é tendencialmente uma forma de alienação, seja em termos puramente marxistas, como redutor da autoconsciência e forma de dormência ao serviço dos interesses das classes capitalistas dominantes, seja simplesmente como distração frívola e afrouxamento da cultura cívica, no sentido que Postman (1985) convém na formulação “*Amusing Ourselves to Death*”. No primeiro sentido é notável o já mencionado Adorno (1991) para quem, em particular, “o desporto (...) é um ritual em que o sujeito celebra a sua sujeição”, permitindo formas de competição num mundo em que esta efectivamente foi eliminada e em que no quadro da função das indústrias culturais pós-iluminismo como manipulação de massas “as relações entre seres humanos são

teorizada por Elias e Dunning (1992), como busca de um estado de “excitação” e por Csikszentmihalyi (1975) de “fluxo”. Neste sentido a prática do jogo é um reduto de “liberdade”.

O linguista comparativo e historiador cultural holandês fornece assim uma definição de “jogo” que constitui o paradigma por referência ao qual todas as discussões subsequentes tendem a fazer-se, seja concomitante seja criticamente. E esta diz-nos sensivelmente que o jogo se caracteriza por ser “uma actividade **livre** estabelecida de forma **deliberada** fora da vida ‘comum’ como sendo ‘**não séria**’, mas ao mesmo tempo **absorvendo o jogador de forma intensa** e total. É uma actividade **desligada de qualquer interesse** material, e nenhum lucro pode ser obtido através dela. Desenvolve-se dentro das suas **próprias fronteiras de tempo e espaço** de acordo com **regras fixas** de uma forma ordenante. Promove a formação de **agrupamentos sociais** que tendem a rodear-se de *secretividade* e a enfatizar as suas diferenças do mundo comum **através do disfarce** ou por outros meios” (Huizinga, 2000, p. 13).

Por conseguinte, são oito as características tipicamente associadas ao jogo como actividade<sup>114</sup>:

- **Expressão da liberdade.** Como prática não constrangida, o indivíduo experimenta e envolve-se no jogo não por “dever” nem porque é “obrigado”, mas por adesão voluntária, experienciando a diversão como forma de “libertação” dos constrangimentos morais e naturais (pense-se no caso limite da celebração do Entrudo como forma de jogo e na figura da marafona-travestida).
- **Faz-de-conta.** O jogo corresponde a um domínio de actividade não séria, a brincadeira pressupõe uma forma de fingimento e um instante de interrupção nas regras ordinárias da vida social (pense-se, na cultura contemporânea, no caso limite, no caso do *wrestling*, como forma de luta encenada mas também na “liberdade” conferida a certos instantes de sátira, em que, novamente, na cultura popular, à semelhança do entrudo, são inúmeras as tradições tipo “caretos de Podence” como reminiscência das celebrações célticas pagãs do culto do Sol e dos equinócios, em que se dizem “verdades inconvenientes” legítimas porque no contexto do jogo não podem ser levadas a sério e “é só a brincar”, de outra forma epitomadas no “é carnaval, ninguém leva a mal” ou entre as crianças no jogo “verdade ou mentira” *et cetera...*)
- **Imersão.** Durante o jogo os indivíduos tendem a suspender as suas preocupações deixando-se invadir pela emoção seja positiva e festiva seja pela ansiedade e pela tensão competitiva.
- **Circunscrição numa esfera delimitada de espaço e tempo.** O jogo decorre dentro de tempos (tipicamente fora do tempo de trabalho) e locais próprios (o *court* de ténis, o campo de golf, a sala da associação recreativa onde decorre o jogo da bisca, o estádio de futebol...). Numa analogia com o subsequente conceito foucaultiano de heterotopia (*cf.* acima, p.29), Huizinga adianta a este propósito o conceito de “**círculo mágico**” do jogo como ambiente particular onde este tem lugar e que se define tanto temporalmente como espacialmente (com boa vontade podemos ver aqui os instantes de quase suspensão da vida social que acompanham a realização de certos jogos da selecção nacional, opondo ecrãs de grande formato em espaços públicos - por exemplo, na Praça Sony do Parque das Nações - ainda que neles a audiência estritamente não “jogue”, que não no Totobola ou mais recentemente nas casas de apostas *online*, mas também aspectos mais *etnograficizantes* e próximos da cultura popular como a experiência de imersão num fim-de-semana de “caça” entre amigos, no campo).
- **Governo por regras.** O universo temporário do jogo pode ser excepcional, mas precisa ainda assim de um entendimento quanto às regras que extraordinariamente o regem ou meramente orientam de forma a determinar/negociar o seu resultado.
- **Improdutividade.** A função do jogo não é normalmente criar riqueza. Huizinga critica precisamente a deriva para as formas massificadas e organizadas do jogo, como no caso das ligas

---

reduzidas à boa camaradagem da comunidade desportiva, numa paródia da vida” (Horkheimer & Adorno, 2002, p. 94 e seg.s). A análise de Lefebvre (1991a, p. 33 e seg.s) é ela própria bastante próxima da escola de Frankfurt, admitindo que a comodificação das actividades de lazer, como parte da “tecnocracia de relaxação”, é um componente essencial da mudança da produção para o consumo no capitalismo do pós-II guerra que o transformou numa actividade global indiferenciada e numa forma deturpada de fuga à “eterna recorrência” (seja, à repetição e ao tédio da rotina) e ao círculo vicioso da vida quotidiana em que se trabalha para ganhar o direito ao lazer e este por seu turno só tem significado como excepção face ao trabalho (Gardiner, 2000, p. 84).

<sup>114</sup> Coteje-se com Caillois (2001, pp. 9-19) e Frissen (2015, pp. 13-14).



de futebol, enquanto exemplo manietado e comercializado do genuíno potencial do “jogo”. De facto, Huizinga giza uma espécie de teoria do ciclo do jogo de acordo com o qual este tende a evoluir dentro de cada civilização rumo a formas crescentemente mais “sérias”/menos espontâneas e artificiais (por conseguinte, para Huizinga a “formalização” através da tecnologia é incompatível com a natureza autêntica jogo).

- **Incerteza.** O resultado do jogo nunca é pré-conhecido. No caso dos jogos de azar é inclusivamente puramente aleatório.
- **Carácter *secretivo*.** Finalmente, Huizinga enfatiza um pormenor que normalmente é sonogado, mas se revelará extraordinariamente significativo para algumas práticas particulares do jogo em rede e designadamente o geocaching: a tendência para o fomento de elementos de segredo entre os agrupamentos humanos que cultivam um dado jogo, estabelecendo fronteiras para com o exterior. Algo também evidente nos “clãs” de RPG em que o conhecimento do jogo e das suas regras une os jogadores numa cumplicidade íntima.

Huizinga, distingue essencialmente dois tipos de *play*: a performance sagrada e a competição festiva. Subsequentemente, Caillois, na sua tentativa de empreender uma classificação mais rica e omnicompreensiva, renomeia-os e acrescenta-lhes mais dois, estabelecendo uma tipologia dos jogos quádrupla, em função da sua orientação respectivamente para as:

- **Mimetização** ou Simulação (a performance sagrada, em Huizinga)
- **Agôn** ou Competição (Festiva, em Huizinga, tendo como modelo o “concurso”)
- **Alea** ou Sorte
- **Ilinx** ou Vertigem (no sentido de excitação intensa, como a experimentada em certos desportos radicais tornados moda, como o *canyoning* ou o *bungee jumping*)

Caillois descreve ainda duas atitudes básicas perante o jogo que se encontram combinadas em diferentes graus nos quatro tipos anteriores:

- **Paidia** (improvisado espontâneo). Predomina nos jogos de Mimetização e de Vertigem.
- **Ludus** (jogo com regras organizadas). Predomina nos jogos orientados para a Competição e para a Sorte.

Esta repartição revela-se particularmente acutilante na medida em que o autor a perspectiva historicamente. Cada sociedade “joga” de forma particular, reflectindo as suas necessidades e dinâmicas de poder. Nas sociedades modernas a função do mimetismo tipicamente atribuída ao emprego denotativo da máscara como representação do sagrado, do inconsciente e do místico cedeu lugar ao valor do número e aos jogos competitivos<sup>115</sup> como emulação da burocracia estatizante do estado demo-liberal, sublimando nos jogos a “superstição” através do “azar”/jogos de sorte, das lotarias, totolotos e euromilhões (com o aval do estado), que assim cumprem a sua função de forma conforme com o espirito do tempo.

De certo modo, ao mesmo tempo que nela a sorte e o azar continuam presentes, através dos casinos, e jogos de “apostas” *online*, o advento da comunicação mediada admite alguma recuperação do valor xamânico da máscara e do jogo, desde logo na possibilidade de constituição de “avatars” (veja-se o caso da aplicação Androidify), e de *personas* virtuais mascaradas, explorando o anonimato do ambiente *online*, mas também em termos freudianos, como mecanismo simbólico em que o fantasma de si desloca e substitui os seus objectos de referência segundo um princípio do prazer que o psicanalista

---

<sup>115</sup> A ideia do jogo como expressão de liberdade é devida ao filósofo e historiador romântico alemão Friedrich Schiller. Não obstante, um paradigma distinto, reconhecendo que por detrás da aparente sociabilidade e cooperação está latente o princípio agonístico da competição, é evidenciado por Chapple e Coon (1942), os quais preferem salientar a função “preventiva do jogo”, como forma de “simulação” que permite reduzir a tensão e evitar a efectiva violência (Metra, 2006).

austríaco demonstra através do exemplo do seu neto e que se pode ver de uma forma geral na predilecção das crianças em tenra idade pelo jogo das escondidas (Akhtar, O'Neil, & Freud, 2011, p. 246; Coyne, 2010, p. 92; Hobson, 1998, p. 164; Metra, 2006; Turkle, 2011b, p. 277).

Expurgada a componente psicanalítica, para o nosso fim – seja, o posicionamento do indivíduo em rede - é ainda assim significativa a asserção de que “à medida que a criança passa da passividade da experiência para a actividade do jogo, ela transfere a experiência desagradável para um dos seus colegas e dessa forma vinga-se num substituto (...) emerge desta discussão que não há necessidade de assumir um instinto imitativo especial de forma a fornecer um motivo para jogar. Um lembrete pode ser adicionado em como o jogo e imitação artísticos levados a cabo pelos adultos que, ao contrário das crianças, são dirigidos a uma audiência, não poupam os espectadores (...) às mais dolorosas experiências e podem ainda assim ser experimentadas como agradáveis” (Freud & Strachey, 1961, p. 11).

Em matéria de estudos de média tal explica de forma evidente a razão pela qual a banalização da violência e do sofrimento por exemplo na indústria cinematográfica pode ainda assim proporcionar prazer no espectador mas tem uma colação mais profunda se se admitir que o carácter assíncrono das plataformas em rede permite aos indivíduos um posicionamento idêntico ao da criança perante o progenitor e notavelmente a mãe marcado obviamente não em última análise pelo desejo do regresso ao útero, mas, na vida adulta, deslocando os termos para a sociologia de Mead e para a dialéctica entre *Mente*, *Self* e *Sociedade* (Mead, 2015), através de um jogo de revelação-ocultação que transfere projectivamente o segundo para o ambiente mediado.

Por um lado, na “sociedade do consumo” a virtualização dos objectos permite sublimar a ânsia da sua posse ao mesmo tempo que, consoante Ariely (2008); Ariely e Norton (2009) concorrem, o *Ilinx* nas sociedades contemporâneas leva muitas vezes à busca de experiências conceptualmente valorizadas, mas objectivamente desagradáveis<sup>116</sup> e virtualmente inúteis do ponto de vista da satisfação das necessidades primárias. Por outro lado, o *Self* constituiu-se pela integração do outro generalizado. A sua contemplação nas redes sociais espoleta o sensor interno porque o I (resposta do organismo e potencial domínio de comportamento criativo) reverte no Me (confronto com o conjunto de expectativas dos outros e função do controlo social).

A importância da identificação e a prevalência da estrutura social conduz Mead a admitir que a capacidade do indivíduo em se colocar “nas botas do outro” constitui a condição fundamental que lhe permite controlar as suas respostas. Na era dos Meios de Comunicação de Massas a responsabilidade de facilitar esta função cumpria em larga medida aos Média e aos jornalistas em confrontar os espectadores/leitores/ouvintes com a multiplicidade de indivíduos e papéis, dando-lhe um “gosto” da sua experiência (Morissette, 2010, p. 24 e seg.s) e do “mundo que está lá fora” (*the world that is out there*) (Miller, 1973, p. 88 e seg.s).

---

<sup>116</sup> Dois ângulos complementares do mesmo tema são dados por Elias (1994) e por Adorno (1991), respectivamente. O primeiro enfatizando como no quadro do processo civilizador se promoveram sistematicamente mecanismos de autocontrolo relativamente aos quais o jogo surge como instante catártico de exaltação do instinto corporal, furtando-o a título excepcional à sua normal subjugação. O segundo sugerindo que através do exercício físico o indivíduo replica sobre si mesmo, de forma algo masoquista, “punindo” o corpo, a dominação sobre ele exercida pela sociedade.

Na era dos Meios Pessoais de Comunicação de Massas essa função dispensa um “editor”, como segunda camada de mediação, e passa a ser directa: o indivíduo confronta e acede directamente ao produto mediado da experiência alheia, admitindo a plasmação da conversa interna já não necessariamente na forma do texto como num jornal, mas pelo confronto directo das imagens e notavelmente das fotografias e vídeos partilhados por outros utilizadores.

Finalmente, o sociólogo francês reconhece a possibilidade da “corrupção do jogo” (Caillois, 2001, p. 43 e seg.s). Útil para a análise das suas formas desviantes, em particular em matéria de incorporação tecnológica. Assim, a “competição” degenera na “**batota**” e na “**violência**” (a primeira corresponde à subversão das regras, por exemplo quando no Facebook os utilizadores criam contas fictícias para no FarmVille trocaram artefactos virtuais consigo próprios a segundo no exemplo do hooliganismo no futebol); os jogos de “sorte” degeneram na “**superstição**” (por exemplo do jogador de *slot machines* que num casino desenvolve um fetiche com certa máquina que intui estar na eminência de dar prémio ou na especulação bolsista); a “simulação” degenera na “**alienação**” (como no caso amiudamente apontado da dependência da Internet) e a voragem da “vertigem” degenera hipoteticamente em formas de “**dependência**” e porventura, como veremos no geocaching, em formas compulsivas de acumulacionismo de artefactos virtuais.

### 6.2.3 SARABANDA DE JOGOS E IDENTIDADES

Dotados de uma moldura básica quanto ao *modus operandi* do “jogo”/play podemos finalmente focarmo-nos sobre a sua deriva actual, que uns admitem como traço definidor das modernas economias, Rifkin (2000), por exemplo, proclama que “o jogo está-se a tornar tão importante na economia cultural como o trabalho na economia industrial” <sup>117</sup> (para alguns elementos sobre o peso económico da respectiva indústria veja-se o Anexo D, “Evolução do mercado mundial dos jogos. Elementos”, p.XL) enquanto outros, como Bauman (1995), preferem salientar que a identidade humana se tornou mais do que nunca num fenómeno de “jogo” em que este passou a constituir uma atitude que se mantém ao longo da vida:

A asserção de Bauman é, no entanto, agridoce no contexto do quarto capítulo, consagrado ao “trabalho”, da sua *Modernidade Líquida* (Bauman, 2000, pp. 130-167; Blackshaw, 2005, p. 31 e seg.s). A apresentação da vida como jogo faz-se acompanhar da admissão de que o capitalismo não pretende obter dos consumidores outra coisa que não seja a “sua capacidade de se manterem com peças suficientes sobre o tabuleiro para continuarem a jogar”, ou seja de que o objectivo último é um grau de autocontentamento suficiente para neutralizar o apetite pela luta de classes.

---

<sup>117</sup> Pese embora a deriva recente do autor (Rifkin, 2014) o posiciona, a nosso ver, num campo utópico em que antevê o exacto oposto do que parece estar a suceder ao propor o fim do capitalismo, substituído por uma economia comunitária de custo marginal zero, hiperabundante numa acepção ingénua dos mecanismos de perpetuação do poder e não querendo ver a o quão forte é a tendência para a concentração e para as formações monopolista e oligopolista nas redes. Como fenómenos polémicos, tal a plataforma Uber, demonstram e que quem tenha memória do surgimento do programa Google Adsense igualmente reconhece. Também o último nasceu com a promessa. da viabilidade económica dos projectos dos pequenos protagonistas, a qual durou apenas o suficiente para, instituído o virtual monopólio da publicidade em linha, acabar por ditar as regras e reduzir os custos por clique a valores crescentemente irrisórios.

Por conseguinte, para Bauman (2007) o jogo traduz a infantilização da vida vivida numa cultura de consumo em que este último é socializado como vocação e forma de expressão. “Os internautas buscam, encontram e aproveitam os atalhos que levam directamente do jogo da fantasia à aceitação social (embora, uma vez mais, apenas virtual) do faz-de-conta... Transferir as experiências de auto-identificação para o espaço virtual parece uma emancipação das restrições irritantes que preenchem os domínios *offline*” (*op. cit.* p.147)

Noutra perspectiva, McGonigal (2011) mostra-se igualmente concordante com a ideia de que os jogos permitem uma forma de “escapismo” às “inconveniências da realidade”. Porém, para a “Directora de Pesquisa do Instituto para o Futuro de Palo Alto, Califórnia” o desiderato que há que retirar do facto de acordo com dados da Entertainment Software Association, no início da década de 2010, 70 por cento dos chefes de família norte-americanos e 97% dos adolescentes joguem videojogos, que 1 em 4 vídeo jogadores tenha mais de 50 anos e que a maioria manifeste intensão de continuar a jogar toda a vida, não é que a cultura de consumo enfatize o imediatismo descomprometido. Bem pelo contrário, a prevalência do jogo revelará distintamente que “a realidade está partida”, entenda-se, que o problema é a realidade ter-se tornado insatisfatória; que “na sociedade de hoje os jogos estão a preencher *necessidades humanas genuínas* que o mundo real é incapaz de satisfazer” (*op. cit.*, p.4).

À semelhança do propugnado por Huizinga, na peugada remota de Herbert Schiller, os jogos digitais seriam assim uma forma de emancipação permitindo às pessoas criar “as suas melhores memórias e experiências de sucesso” dentro dos respectivos universos.

Onde muitos, à semelhança de Caillois, insistem ver simulação tendencialmente degenerada em alienação, a autora vê uma excelente oportunidade para transformar a realidade a partir da ficção e do jogo.

Consistentemente, a visão tecnodeterminista (*cf.* A.1, “Tecnodeterminismo e tecnocronia”, abaixo, p.I e seg.s) do jogo antevê amanhã que cantam convidando-nos a imaginar “um futuro próximo em que a maior parte do mundo real funcionará como um jogo” (p.7) e a “alavancar o poder dos jogos para reinventar tudo desde o governo, cuidados de saúde e educação aos média tradicionais, marketing e empreendedorismo e mesmo a paz global” (p.8) pois “o desenho dos jogos não é apenas um ofício tecnológico. É a forma de pensar e liderar, a forma do século XXI.” E jogar não é apenas um passatempo “é a forma de trabalhar e conseguir uma mudança real”. Asserção notável acompanhada de criteriosa citação de Saint-Exupéry, reconhecido “santo” (pois que de fé se trata) patrono das ciências sociais.

Para a autora, como para outros cultores do esotérico, como certos praticantes da astrologia dita humanista, em última análise, o jogo é válido porque nos faz “sentir felizes”. E tudo o que nos faz sentir melhor será *ipso facto* bom, porque no seu entendimento a “felicidade” é a medida da vida significativa, “bem vivida”, nem que seja pelo sucesso em colher cenouras no FarmVille, pela quantidade de “vilões” fuzilados em qualquer jogo de RPG ou pela farpela prístina do nosso avatar no Second Life.

Noutra parte deste trabalho elaborámos como os valores da cultura tecnológica e do governo racional-tecnocrático coincidem com a ideologia liberal da competitividade como valor de referência num mundo globalizado, transferindo para o indivíduo o ónus de se saber adaptar ou “morrer” (seja, de

se ver excluído do mercado de trabalho ou relegado para condições precárias), em cuja circunstância, em todo o caso o sentimento de culpa é seu e feito derivar da sua inadequação pessoal. Neste conspecto, o jogo, em particular o jogo competitivo (*agôn*), conforme perspectivado por Caillois, desempenha uma função particular nas sociedades capitalistas, socializando os indivíduos na ideia darwiniana de que os mais fortes imperam sobre os mais fracos, separando os jogadores num escol de vencedores, “medalhados” (nem que seja por infinitos *badges* e como “mayors” no FourSquare), e – uma vez que o “pódio” só tem lugar para três - numa massa de “vencidos”, conformados, porque apesar de tudo, partiram todos detrás da mesma linha. Por conseguinte, não só na infância, a dinâmica do jogo emula a dinâmica social. No limite, na vida adulta, segundo a linguagem comprometida de Piccolo (2011), “(...) impede-se qualquer tentativa de transformação social; apenas os mais fortes governam; as leis de concorrência são as mesmas para qualquer participante; quem tem mais dinheiro, em geral, consegue maior sucesso se comparado àqueles que não o possuem, enfim, o desenvolvimento desportivo (principalmente de alto rendimento) reflecte a discriminação presente na estrutura histórica da sociedade capitalista e garante manutenção em parte desse regime segregacionista.”

A perspetivação de Bauman relativamente ao *homo ludens*, no essencial compaginável com Huizinga, é útil para uma sociologia dos meios locativos na medida em que, por analogia com o estranho em Simmel recupera a figura do *flâneur* em Baudelaire, de forma idêntica à empreendida por Silva e Hjorth (2009) e igualmente congruente com a análise do individualismo em rede notavelmente em Wellman para postular que enquanto na sociedade tradicional o lazer e o jogo se entrelaçavam com a vida em comunidade (Rojek, 1995, p. 186), no presente o *homo ludens* desloca-se no espaço da “telecidade” essencialmente como um ente solitário, perfilando-se de certa forma o recreador como “contemplador” estético de um universo em que os outros existem eminentemente como potenciais objectos - ou quanto muito parceiros contingentes - de divertimento.

O teórico da convergência dos médios digitais, Jenkins (2007) posiciona analogamente os jogos digitais como forma estética e a mais recente expressão da “arte vivida” enquanto Danet (2001), num trabalho manifestamente datado, à escala temporal do fenómeno, identifica quatro razões pelas quais a Internet e o jogo inicialmente se prestaram tão bem um ao outro: a intensidade dramática natural do objecto computador em função da interactividade e do carácter multimediático, a associação à cultura *hacker* como forma lúdica e criativa de exploração; o próprio carácter do “novo” propiciado pelo meio, convidando á “brincadeira” e notavelmente a possibilidade de “mascarar a identidade”, experimentando novos papéis.

Desde então, porém, o carácter “experimental” que fenómenos com o IRC tiveram para os *early adopters* subsumiu. Para a *late majority* (Rogers, 1983) as plataformas das redes sociais subsequentes constituem um distinto universo de associação e um convite menos à descoberta do “estranho” e mais do que tudo uma prossecução de contactos com o familiar.

Para estes, como para os adoptantes da Internet móvel, as razões para a aceitação e sucesso do jogo têm que ser procuradas noutra lado. Ortoleva (2012) - veja-se igualmente o capítulo da sua autoria no volume recentemente editado por Katz (2014, pp. 43-56) - avança um conjunto de pistas

sociologicamente mais plausíveis.

Em primeiro lugar, a prevalência na adopção dos jogos nos dispositivos móveis explica-se em parte em função da chegada à idade adulta das gerações que nas décadas de 80 e 90 coincidiram com a introdução das primeiras consolas portáteis. Trata-se, por conseguinte, de indivíduos que na adolescência foram socializados na utilização dos jogos digitais e como tal mais facilmente se predisõem a continuar variantes dessa prática na vida adulta.

Em segundo lugar, é mister notar que uma das funções do jogo, patentes desde logo na primeira infância, conforme já anteriormente se escreveu, é constituir uma forma de adaptação, de adestramento pela manipulação. Assim, confrontados com a “novidade” dos *smartphones* o mais natural é que os respectivos detentores adoptem conscientemente ou não a estratégia que na ausência de melhor entendimento lhes é instintivamente familiar: “brincar” com eles.

Brincar com os dispositivos computacionais móveis é assim uma forma de os incorporar, de os humanizar como “extensões do homem” (McLuhan, 1994) e como objectos omnipresentes (Licoppe, 2004), mnemónicos e protésicos.

De facto, antes de serem objectos *através de* os quais se joga, os dispositivos computacionais móveis são objectos *com* os quais se joga. Tanto como mediadores na relação com terceiros, eles são à partida parceiros de um jogo eminentemente solitário entre outras por uma boa razão: porque se tornaram em “tabuleiros” permanente acessíveis; porque a passibilidade de promover o jogo é uma característica própria que acompanha a sua ubiquidade; porque tornaram o jogo mais acessível. Para chegar a tal conclusão basta passar os olhos pelas listas de aplicações mais descarregadas nas lojas *online* da Google e da Apple em que, depois das aplicações fornecidas por definição pelos próprios como parte do sistema operativo dos dispositivos móveis (Android e iOS), jogos como o Angry Birds, Fruit Ninja ou Candy Crush Saga, para nomear apenas três das mais populares, pontificam a confortabilíssima distância nos tops.

O “círculo mágico” de Huizinga, dependente de fronteiras espaço-temporais estritas, é assim quebrado. O jogo deixou de ocorrer num contexto singular e passou a pontilhar o quotidiano como forma de matar o tempo ou o aborrecimento com e no trabalho.

O “jogo”, em suma, tornou-se numa prática casual, banalizou-se, nomadizou-se e estendeu-se. Para perceber o seu sucesso é necessário regressar a Huizinga e recordar uma segunda característica constitutiva do jogo: a sua “natureza de faz-de-conta”. Como Bateson (1955) salienta ela presume que o jogo é um processo simultaneamente comunicativo e metacomunicativo, um processo de coordenação explícita acompanhado de uma suposição implícita “isto é só um jogo, não é a sério”. Por conseguinte que a dinâmica do jogo é uma camada acrescida à realidade. É nesta medida que o “casamento” das tecnologias da comunicação no espaço virtual (ele próprio uma “camada acrescida à realidade”) com a deslocação e imersão no espaço físico se pode entender como tão bem-sucedido.

A aplicação do jogo aos média locativos é algo fácil de entender dir-se-ia mesmo uma extensão lógica da dinâmica dele em geral. Porque o jogo ele próprio é uma forma de mediação entre os jogadores e o mundo real tal como os média locativos são um instrumento harmónico para articular as dimensões

física e virtual do espaço e da comunicação que as liga.

Até agora, debruçamo-nos sobre como a “gamificação” *latu sensu* permeou a vida social – como “jogo”, como “concurso”, como “aposta”, como “edutainment” quando aplicado ao ensino e como “infotainment” (Kellner, 2003, p. 11 e seg.s) quando aplicado à informação e às formas particulares que têm surgido nos meios de massas, por exemplo os “concursos da vida real” em que não só os participantes como a própria audiência é levada a jogar. Vimos ainda como o jogo é consistente com as características de interactividade, virtualidade, multimediaticidade e conectividade dos dispositivos computacionais móveis. Resta, por conseguinte, questionar os impactos que isso possa ou não ter na vida social, na construção da identidade e particularmente na vivência do espaço, tendo admitido que há algo mais “em jogo no jogo” e que se pode através da relação com este saber algo das características de uma dada sociedade e tempo históricos.

Quanto à primeira dimensão. No tempo presente, as circunstâncias com que o *homo ludicus* se confronta tornaram evidente que o papel tipicamente atribuído à separação estruturante entre trabalho e lazer na construção da identidade e nas formas de associação em função prosseguidas perdeu força, na medida em que os seus tempos e os seus espaços se cruzam de forma crescente. Simultaneamente através das redes sociais e do confronto com os produtos nela patentes o carácter reflexivo do *Self* saiu potencialmente reforçado, tendo este passado a constituir-se de forma repartida e sobretudo adquirindo uma dinâmica distinta em que a sua evolução deixou de poder ser perspectivada como atribuição diacrónica da prevalência de dados processos associados a dadas etapas da vida.

O confronto com as plataformas colaborativas torna-se para o indivíduo num exercício “reflexivo” numa dupla medida: por um lado porque enquanto “produtor” de “conteúdos” (nem que seja de “likes” ou através da publicação aparentemente “lacónica” de uma fotografia) ele é obrigado a considerar-se na imagem que com esse exercício pretende transmitir e por outro lado porque “ver” as publicações alheias é simultaneamente um exercício de “revisão” de si próprio. Na verdade, o exercício da “visão”, sendo à contemporaneidade frequentemente atribuído um reforço da “cultura visual”, é marginalmente objectivo e eminentemente projectivo. Se se quiser uma “câmara obscura invertida” em que o indivíduo tende a ver no exterior uma projecção do seu interior (são hiperabundantes os estudos que confirmam o carácter selectivo da percepção e a forma como a relação da mente com o mundo é eminentemente uma de confirmação<sup>118</sup> boa parte do treino de um cientista social consiste em conseguir “treinar o olho” para superar essa deformação).

Interacção mediada e jogo constituem sempre formas de construção narrativa. Existe “narrativa” no fio condutor de um jogo de acção ou estratégia em 3D que se executa e joga a solo directamente no computador ou no telemóvel e existe, por maioria de razão “narrativa” na descrição da experiência em plataformas colaborativas e notavelmente naquelas que envolvem formas de gamificação em torno dos

---

<sup>118</sup> Na formulação de Bourdieu (1990b, pp. 60-61), em que “as experiências anteriores têm peso porque o *habitus* tende a assegurar a sua própria constância e defesa contra a mudança através das selecções que faz dentro da nova informação através da rejeição daquela capaz de colocar em questão a acumulada”. Algo que de uma forma geral múltiplos estudos em Psicologia Experimental confirmam, derivando ora “Profecias Auto cumpridas” ora “Efeitos Pigmalião”.

lugares (como o FourSquare ou o Swarm).

Para o que nos interessa, uma vez que não se trata aqui de uma dissertação aplicada à concepção, programação e desenvolvimento de guiões e interfaces para jogos e plataformas virtuais, podíamos inclusive ser mais afoitos e arriscar a afirmação de que a interação mediada é sempre uma forma de “jogo” em que facilmente se reconhecem as características a este atribuídos por Huizinga. Estaríamos, porém, nesse caso porventura a incorrer no risco da crítica que habitualmente se lhe faz: uma excessiva abrangência do conceito, que tornaria o exercício em si num “jogo” de linguagem inútil, encerrando uma pretensão de “ludologia”.

É por conseguinte a construção da identidade como exercício narrativo que é proposta tanto por Frissen como por Rich Ling (Frissen, 2015, pp. 9-52 e 181-198) como factor explicativo dos impactos da digitalização e dos jogos sobre o *Self*; naquilo que designam por “**construção lúdica da identidade**”, eminentemente em função do que Caillois aponta como carácter “mimético” do jogo, que Lash (2001, p. 168 e seg.s) enumera como modo dilecto de atribuição de significado da moderna reflexividade estética e que Paul Ricoeur (1984)<sup>119</sup>, em contexto da análise do texto literário e da relação do leitor com ele é certo, mas ainda assim de forma revelante, detalha homologamente como sendo o efeito de *mimesis* (a ideia de que as histórias adquirem um significativo particular no próprio processo de elaboração por parte do seu narrador para si próprio e ao mesmo tempo no leitor que subsequentemente as lê/descodifica); operando de forma semelhante a um “diário”, numa moldura adequada à forma como plataformas como o Twitter ou o Facebook, usados como colecção de “impressões”, são usados.

Frissen (2015, p. 33) recorda a esse propósito ainda outra passagem de Freud de acordo com a qual “de um ponto de vista psicanalítico podemos dizer que a identificação que caracteriza a *mimesis* consiste na internalização do objecto de desejo – o estado de concordância obtido pelos personagens da história. Isto não constitui uma simples imitação, mas uma apropriação ou assimilação dos resultados que resulta numa mudança na identidade da pessoa identificante”<sup>120</sup>.

Complementarmente, McKenna e Seidman dizem-nos, que “na medida em que as relações com os outros se tornam características definidores de nós próprios, conexões mentais associativas tenderão a formar-se entre o autoconceito e as representações dessas entidades sociais externas” (Kraut, Brynin, & Kiesler, 2006, p. 280)

Dito de outra forma, a interposição dos produtos da mediação modifica não só quem os gera

---

<sup>119</sup> Para um par de aplicações do modelo da construção narrativa da identidade de Ricoeur (1994, p. 113 e seg.s) à comunicação nos média móveis vejam-se as dissertações doutorais de Lange (2010, p. 35 e seg.s) e de Timmermans (2010, p. 67 e seg.s).

<sup>120</sup> Uma forma complementar a considerar como a identidade dos indivíduos e dos locais se constrói através dos jogos é avaliar como os jogos constroem a sua própria identidade. A função auto-referencial do jogo é condição determinante do seu carácter absorvente e porventura alienante. No volume editado por Nöth e Bishara (2007) escarpeliza-se detalhadamente, mormente de um ponto de vista semiótico, como os Média, inclusive digitais, se têm tornado crescentemente (auto-)reflexivos em função da recursividade natural do modo de programação das próprias máquinas computacionais, enfatizando que a auto-referência está na raiz do surgimento de cada Média, algo que pode ser tido por bastante evidente na forma como as redes sociais atingiram intermediariedade e passaram a marcar presença nos meios tradicionais, como na televisão. Neste quadro, os jogos digitais têm um papel particular na medida em que a sua auto-reflexividade é permanente, reportando a conduta sistematicamente ao ambiente em que decorrem.



como quem os confere levando ambos a confrontarem-se com a ideia que têm de si próprios e que admitem os outros de si fazem. Nesta medida a “espontaneidade” aparente da comunicação nas redes sociais esconde que mesmo os aspectos mais triviais têm um potencial “reflexivo” (seja, na definição de Mead, de fazer com “que a experiência do indivíduo se debruce sobre si mesma”).

Um instrumento conceptual porventura útil para representar boa parte desta problemática é a conhecida Janela de Johari (vede Quadro 6.1), cujo nome é um composto dos nomes próprios dos seus proponentes (**Joseph Luft** e **Harry Ingham**), a qual basicamente explica a comunicação como processo dialéctico, intra e interpessoal, que conjuga o conhecimento que o indivíduo tem de si próprio – e nele, da imagem que deseja passar e do que prefere ocultar - com o conhecimento que dele fazem os outros. Por conseguinte explicando a composição do autoconceito com um duplo processo de exposição e *feedback*.

Com as tecnologias locativas, a auto-percepção torna-se também uma função da deslocação pois os produtos que expõem a experiência dos locais estão igualmente sujeitos a áreas abertas e ocultas e à interpretação de “áreas cegas” – sobretudo através o escrutínio de novos marcadores identitários (*cf.* abaixo, p. 251) - que escapem ao emissor das mensagens.

**Quadro 6.1 - Janela de Johari**

	<b>Conhecido do Próprio</b>	<b>Desconhecido do Próprio</b>
<b>Conhecido dos Outros</b>	Área Aberta “Eu Aberto” <i>Arena</i>	Área Cega “Eu Cego” <i>Olhar Alheio</i>
<b>Desconhecido dos Outros</b>	Área Oculta “Eu Secreto” <i>Fachada</i>	Área Desconhecida “Eu Desconhecido” <i>Imagem Subterrânea</i>

*Apud* Luft e Ingham (1961)

Um tal efeito não é inócuo porque com os graus de utilização das tecnologias móveis e das plataformas sociais atingidos nas sociedades afluentes tão pouco se pode dizer que constitui apanágio de públicos de entusiastas particulares, como aqueles de que haveremos de debruçar como caso crítico. Porque a banalização do uso dos SRS leva a que muitos indivíduos que normalmente não “escreveriam” além do puramente instrumental ou profissional, nem “leriam”, nem porventura enviariam “cartas” ou manteriam “diários”, tenham passado a dar-se a um exercício narrativo e descodificativo mais regular, mais íntimo e mais impactante do que aquele que alguma vez poderiam lograr através dos Mas Média, veiculadores de “notícias” genéricas e distantes e de “telenovelas” e séries de ficção em que a o processo de reflexão nunca chega a ter uma colação tão directa com o meio e com aqueles com quem existe uma relação afectiva nem uma exposição aos outros que, ainda que de forma discreta, se afiguram suficientemente tangíveis e palpáveis; um “outro” mais próximo do que o actor de uma novela e de um cenário que apesar de tudo nunca se esquece ser ficcional.

A “remediação” (Bolter & Grusin, 1999) é uma lâmina de Occam e opera sempre segundo uma dupla lógica de transparência imediata e hipermediatismo, ela corta segundo o princípio *pluralitas non est ponenda sine necessitate*, que se aplica ao método científico (não introduzir mais factores do que os necessários à explicação) em geral mas também à percepção individual através da Teoria da Congruência (Walther, Liang, Ganster, *et al.*, 2012) e do seu reverso, a Teoria da Dissonância Cognitiva.

Tendo a sua incorporação sido generalizada e interiorizada o suficiente, o Meio tornou-se invisível e deixou de ser considerado, foi incorporado e tendo deixado de parecer “estranho”, deixou como um resíduo a *possibilidade* do enriquecimento da identidade individual e da acção comunicativa em confronto com o comércio, da localização em confronto com a globalização e – sobretudo, como corolário - da autonomia em confronto com a heteronomia.

Quanto à segunda dimensão, a transformação da vivência dos locais e dos múltiplos sentidos de lugar, não querendo repetir aqui a discussão das implicações do *spatial turn*, interessa-nos sobretudo equacionar a condição do indivíduo que se desloca entre lugares, amparando essa deslocação nas plataformas sociais locativas. Wilken (2014a), Simonsen (2008) e Farman (2014) fornecem-nos para tal pistas que permitem sugerir como peculiaridade das práticas presentes nos jogos locativos a sua passibilidade de encorajarem os jogadores a interagirem com estranhos, desenvolvendo formas de lazer comunitário baseadas não na vizinhança imediata mas na prática partilhada do peripatetismo; não no localismo (consistência da proximidade) mas no nomadismo (consistência da mobilidade) como espécie de fraternidade dionisíaca de *flanêurs* em que o espaço é alvo de jogo, funcionando como âncora de atenção e frequentemente como partilha diferida de pontos de enraizamento (referências comuns nos percursos de vida funcionando como motivos de crédito), que consentem o engendramento de formas de lazer comunitário, do desenvolvimento de laços entre os estranhos da *telecidade* de Bauman e mesmo de efectivos encontros focados, reabilitando, a nosso ver, através do geocaching, a figura das “comunhões”. Em que lugares continuam no centro do processo comunicativo, comunicando-se os indivíduos em sua função.

Neste particular, na versão de Walter Fisher (Griffin, 2012; West & Turner, 2010, p. 346 e seg.s), o paradigma “narrativo, por oposição ao paradigma da “escolha racional”, enfatiza ainda que os seres humanos são naturalmente contadores e auditores de histórias e que é nos mecanismos de atribuição de crédito a estas, mais do que na avaliação “lógica” da argumentação, que preferencialmente se situam as chaves da decisão e do comportamento, condicionados pela “avaliação” (seja, pela atribuição de credibilidade) em função da consistência que elas têm perante a história prévia de quem as confronta.

Na mesma direcção, Certeau, sob o epíteto “a narração criou a humanidade”, cunha no cap. X de *A Prática da Vida Quotidiana*, (Certeau, 1984, p. 115 e seg.s) o termo “estórias espaciais” para descrever a forma como as pessoas entendem as suas deslocações através da construção de narrativas do espaço (na terminologia de Lefebvre, como espaços representacionais que permitem que as práticas materiais sejam discutidas através do senso comum quotidiano), admitindo, já na acepção de Lash (2001, p. 192; 2002, p. 114 e seg.s) uma ética particularista e a possibilidade da crítica do geral pelo particular (nos termos de Lefebvre, a edificação de um espaço diferencial vivido dentro) do espaço indiferenciado do moderno cognitivismo abstracto, privilegiando a construção icónica e remática do significado [nos termos de Lefebvre, aproximando a cultura da natureza e o homem da unidade absoluta com o espaço ou, nos de Cassirer (1962, p. 62 e seg.s), privilegiando a experiência espacial orgânica].

Lammes (2011), finalmente, toma Certeau como pretexto para demonstrar como o uso de ferramentas que permitem gerar representações digitais do espaço tais o Google Maps, o FourSquare e

o Layar permitem aos utilizadores construir estórias com o carácter de um jogo em que a questão fundamental do existencialismo “quem sou eu?” na cultura mediática contemporânea é substituída pela interposição no espírito da interrogação “onde estou eu”?

Numa derivação não explícita do espelho cartográfico da geografia crítica (acima, p. 64 e seg.s) sugere-se assim, tal que, interfaces do próprio autoconceito, os mapas desenhados nos ecrãs dos dispositivos móveis geolocalizados permitiriam construir identidades lúdicas em torno da navegação no e da representação do território, facilitando as práticas da neogeografia pessoal (acima, p.39) mnemónicas para a articulação do discurso, entre outros pontilhando as deslocações com o registo das etapas de progresso (*tracks*) entre instantes de pausa (*waypoints*). Em que um *Self Espacial* emerge, tornado possível pelos meios “que permitem aos indivíduos documentar, arquivar e exibir as suas experiências e ou mobilidade dentro do espaço de forma a apresentar e representar aspectos da sua identidade para os outros” (Schwartz & Haleboua, 2014) e em que os lugares se prefiguram como pontos de encontro, definidos pelo acto da sua prática e cruzamento (Massey, 2005, p. 91), em que se jogam tanto o sentido do *locale* como os sentidos de lugar (posição social) dos interlocutores.

## Capítulo 7 - CASO CRÍTICO: PLATAFORMAS DE JOGOS MÓVEIS LOCATIVOS

“(…) que as pessoas olhem umas para as outras e sejam ciumentas umas das outras; que elas troquem cartas ou jantem juntas; que à parte os interesses tangíveis elas se vejam umas às outras como agradáveis ou desagradáveis (...); que um pergunte ao outro a direcção de uma certa rua (...) podem ser exemplos de interacções momentâneas ou permanentes, efémeras ou de grave consequência, mas que incessantemente aproximam os homens.”  
Simmel (1909, p. 311)

“A qualidade de um caso de estudo (...) não depende de fornecer provas detalhadas de cada passo numa cadeia causal, mas de um uso capaz dos dados empíricos de forma a construir uma argumentação convincente dentro de um discurso académico que consiste em teorias em competição ou complementares.”  
J. Blatter in Given (2008, p. 70)

### 7.1 OBJECTIVOS, QUESTÕES E HIPÓTESES NORTEADORES

#### 7.1.1 PROBLEMA E OBJECTIVOS DE PESQUISA

O problema ou tópico de investigação proposto como linha axial da presente dissertação, recorde-se, foi originalmente formulado através da seguinte pergunta: como é que a introdução da localização na comunicação mediada afecta a organização das relações sociais no tempo e no espaço?

A exploração das veredas teóricas e das pistas da literatura bem com a reflexão sobre o estado da arte, permitiu-nos subsequentemente concluir que a resposta depende por um lado de ultrapassar como artificiosa a clivagem entre o físico e virtual, entendendo-os como contínuos mutuamente constitutivos de prática e por outro de reconhecer como campo dilecto e vocacional de estudo, passível de iluminar o seu entrelaçamento, o correspondente aos fenómenos em torno do particular emprego das tecnologias locativas e da forma como estas permitem a integração da localização na comunicação, ancorando a informação e a interacção no espaço como *confessional*. Vimos igualmente como em matéria de práticas comunicativas mediadas a dimensão lúdica se conta entre as que conhecem maior prevalência e detém inclusive maior valor económico, emergindo na leitura de alguns a deriva para o simbólico e para o consumo conceptual como *yet another spatial fix*, associado às formas como o capitalismo, “viciado” no crescimento, tenta ultrapassar as suas crises cíclicas de produção, posicionando em conformidade o tema do lazer no seio modo de produção vigente nas sociedades ditas informacionais, caracterizadas pela mobilidade, pela velocidade da mudança e pela intermutabilidade e precaridade não só de papéis e da condição laboral como dos próprios tempos de trabalho e ócio e sobretudo pela renovada condição do indivíduo como consumidor e produtor de símbolos. Assim, finalmente, identificámos o geocaching como paradigma concreto de jogo locativo (veja-se ainda o Anexo E, Do geocaching como paradigma de jogo móvel locativo. Elucidação, p.XLII e seg.s), argumentando em favor da especial acuidade do seu estudo de forma a proceder ao cotejamento empírico da teoria, confirmando-o, negando-a, aclarando-a ou mesmo se possível estendendo-a.

Desta forma, o problema inicial surge revisitado nos procedimentos adoptados na presente etapa do trabalho através da seguinte questão norteadora:

**Quais as implicações individuais e sociais dos jogos móveis baseados na localização?** Em particular no que concerne:

- a) a prossecução da posição e identidade individuais;
- b) o estabelecimento de novas formas de associação e de novos *clusters* relacionais conforme potenciados pelas características particulares da tecnologia e das plataformas comunicativas adoptadas;
- c) a forma como a mobilização das últimas efectivamente afecta a experiência de deslocação no e a percepção do espaço social (físico e mental), mormente a partir do seu enquadramento narrativo;
- d) a admissão da possibilidade da sua subversão. Seja, da sua apropriação criativa e diferencial.

Como **objectivos gerais** sintetizam-se, em conformidade os seguintes:

1. Conhecer o perfil do utilizador de tecnologias de localização a partir de uma amostra significativa.
2. Relacionar a utilização das tecnologias da localização com as demais tecnologias da comunicação
3. Avaliar o seu impacto na mobilidade e deslocações dos respectivos utilizadores
4. Relacionar a utilização lúdica dos média locativos com a vida social
5. Caracterizar e entender as práticas e as dinâmicas de grupo da população geocacher.

### 7.1.2 QUESTÕES ESPECÍFICAS

Como questões específicas para as quais à partida se busca resposta enumeram-se as seguintes, repartidas pelas grandes dimensões axiais a que se reportam. Trata-se de um elenco exaustivo a que improvavelmente se poderá dar todas as respostas e que deve ser igualmente entendido como exercício prospectivo e aberto em elencar pistas para indagações futuras.

#### **Relativamente à Tecnologia**

*(dimensão específica, de outra forma colateral a toda a análise)*

1. Em que graus têm as tecnologias da comunicação em geral e móveis com incorporação da georreferência em particular estado a ser adoptadas?
2. No contexto da convergência entre Internet, redes móveis e redes sociais o que usos dão as pessoas às tecnologias presentes no seu bolso? Que necessidades sentem? Que funcionalidades procuram?
3. Como é que as tecnologias móveis permitem aos utilizadores ligarem-se de novas maneiras a pessoas que partilham o mesmo espaço através do conhecimento da localização?

#### **Relativamente ao Espaço**

4. Como é que as plataformas locativas de jogos móveis afectam a organização das relações sociais no tempo e no espaço?
5. Como se processa a transferência da memória para as redes e em particular em que medida se retira partido das tecnologias de georreferenciação para a ancoragem e subsequente recuperação da informação dos/nos espaços?
6. Que potencial tem a tecnologia para aumentar a frequência e ou extensão das deslocações no espaço físico?
7. Como é que o relato da vivência do espaço de uns impacta a percepção dele pelos outros?
8. Como é que o espaço físico é reconceptualizado pela conectividade dos meios digitais?
9. Que papel desempenha a localização física na coordenação das práticas dos utilizadores do geocaching?
10. Em que medida obedece o geocaching aos modelos tripartidos de produção do espaço de Lefebvre?
11. Em que medida é o geocaching uma forma de heterotopia?
12. Como é que os dispositivos computacionais móveis podem ser considerados interfaces de espaços híbridos, promovendo novos tipos de ambientes sociais?

#### **Relativamente ao Jogo**

13. Como é que o geocaching se distingue enquanto actividade de lazer?
14. Em que medida obedece o geocaching como prática lúdica dissimulada à análise do secretismo em Simmel?

15. Como é que o desenho do geocaching enquanto jogo determina a definição das normas que emergem da colocação e busca das caches?

### **Relativamente à dimensão Narrativa**

16. Que autoconsciência têm os indivíduos do seu processo de *disclosure*?
17. As pessoas que usam com mais frequência a comunicação mediada estão mais conscientes de si próprias?
18. Como é que as pessoas se identificam e representam a elas próprias através das suas localizações físicas e de que maneiras elas se referem - ou não - aos lugares usando os média móveis e locativos?
19. Como avaliam e que credibilidade dão à informação debitada pelos outros? Os mecanismos dessa avaliação permanecem estáveis ou mudam seja em função do grau de co-presença, seja do contacto continuado?

### **Relativamente à dimensão da Prática Social**

20. Em que medida está o espaço virtual a retirar importância ao espaço material/físico e como é que isso afecta as relações entre local, identidade e comunidade?
21. Como é que a tecnologia está a ser usada para ligar as pessoas dispersas no espaço físico?
22. Como se efectua a gestão das impressões nas redes sociais locativas?
23. Até que ponto estão as tecnologias da comunicação e interacção mediadas a transformar as relações convencionais (situadas, face-a-face), e quais as consequências de tais transformações?
24. Porque/Como é que as pessoas optam entre os espaços físicos e virtual para a comunicação?
25. As redes mantidas face a face e em linha coincidem?
26. Em que medida é que a interacção no espaço virtual impacta e se derrama sobre o comportamento e as relações estabelecidas no mundo real e nos diversos planos da existência (familiar, profissional, lúdico...)?
27. Como é a definição de estatuto se processa dentro do geocaching?
28. O geocaching permite gerar e mobilizar formas de capital social, cultural etc.? Quais? Como?
29. O Geocaching configura uma forma de "individualismo em rede"? Qual a sua natureza como associação? Os laços são discretos? Podemos dizer que constitui uma forma de *bund*?
30. Qual é a natureza dos recursos disponibilizados nas redes dos jogos locativos do ponto de vista do capital social? Que *pontes* torna possíveis?

## **7.1.3 HIPÓTESES**

Em função da teoria revista, são nossas hipóteses:

- H.1 Os indivíduos adoptam os média locativos e apropriam-se do espaço de forma oportunista, baseados no seu interesse apercebido para os seus objectivos.
- H.2 As pessoas que usam SRS convergidos com tecnologias de georreferência reflectem mais sobre os processos de criação, vivência e imaginação do espaço.
- H.3 A tecnologia móvel locativa dá simultaneamente forma (constitui um *engineered space*) e é enformada/apropriada para usos inesperados.
- H.4 A incorporação da georreferência nos novos media estende, obsoletiza e reverte dadas características dos anteriores.
- H.5 A coexistência dos espaços virtuais intensifica a auto-monitorização ao mesmo tempo que potencia uma dinâmica do *play*/experimentação inédita em estádios posterior da vida.
- H.6 As tecnologias locativas admitem o reforço do sentido de lugar dos seus utilizadores sendo o prosumo dos locais apropriado como parte da luta simbólica pelo reconhecimento e pela distinção.

## **7.2 SOBRE METODOLOGIA, PREOCUPAÇÕES, ORIENTAÇÕES E OPÇÕES**

As opções metodológicas norteadoras do trabalho levado a cabo na presente etapa pautam-se no tocante à escolha da população a estudar pela tipologia do estudo de caso crítico orientado por uma perspectiva eminentemente construtivista. A nível da recolha dos dados empregou-se uma estratégia de triangulação de fontes.

Trata-se de um “**estudo de caso**” (Ragin & Becker, 1992; Yin, 2009) na medida em se propõe levar a cabo uma investigação aprofundada de um fenómeno social contemporâneo seleccionando para tal um grupo ou comunidade de prática cujas características são dele tidas por paradigmáticas (Jupp, 2006, p. 20). De acordo com Berg (2009, p. 234), tais casos de estudo definem-se pela recolha sistemática de informação suficiente de modo a proporcionar uma compreensão e consciência dos fenómenos que decorrem no seio de um grupo, porquê e como estes ocorrem; quem entre os seus membros toma parte nas suas actividades e comportamentos e quais forças sociais os agregam.

Considera-se em acréscimo um “**caso crítico**” na medida em que se emprega uma técnica de amostragem deliberada em que, na impossibilidade de estudar a população em geral, se optou por incidir sobre uma população particular que permite reunir um máximo de informação sobre e potencialmente adiantar de forma mais directa o conhecimento das práticas sociais em torno do emprego das tecnologias de localização, permitindo alguma generalização lógica a partir dos dados recolhidos (Ritzer, 2007b, p. 4007).

Considera-se, mais ainda, tratar-se de um caso com um interesse “**intrínseco**”, mas também “**instrumental**” (Denzin & Lincoln, 2005, p. 445), na medida em que, por um lado, o geocaching constitui uma forma particular de aplicação lúdica das tecnologias da localização e, por outro, ele inclui mecanismos cuja compreensão torna passíveis de extensão a outras situações e casos análogos, constituindo de certa forma um pretexto secundário e um pano de fundo contra o qual os interesses e temas de pesquisa podem ser articulados, comparados, discutidos e empiricamente verificados.

A abordagem tem uma orientação que pode ser qualificada de **construcionista** ou, no foco da psicologia (Scott & Marshall, 2009, p. 689), mormente do desenvolvimento, **construtivista** (Given, 2008, pp. 116-119), na medida em que se presume que realidade empírica e conceitos teóricos são mutuamente constitutivos radicando o esforço no estabelecimento de pontes entre eles e em estreitar a distância entre a observação concreta e os significados abstractos. Contexto em que que a tarefa de elaborar um caso de estudo empírico emerge como tentativa de contribuição para verificar o discurso teórico; admitindo que que o “o mundo pode apenas ser conhecido através de descrições particulares, em termos dos discursos disponíveis” sem porém perder de vista que nem todos são necessariamente igualmente adequados (Sayer, 2000, p. 1), constituindo eles próprios círculos normativos que endossam determinadas crenças e regras, consoante a sugestão da veia temperada do realismo construcionista de Elder-Vass (2012a, 2012b)

Considera-se haver ainda uma orientação construcionista na medida em que a veia interpretativa se inspira numa linha de inquérito tanto da sociologia da tecnologia e dos estudos da adopção da inovação (Feenberg, 2010, p. 9; Pinch & Bijker, 1984) como da sociologia do espaço (Borgatta & Montgomery, 2000, p. 810) que admitem que tanto a primeira como o segundo mais do que factores determinantes são produtos sociais contingentes que retiram o seu significado de serem praticados e experiencialmente edificados.

Em consonância com a orientação do demais trabalho, presume-se que o conhecimento do mundo não é independente da imersão nele mas um processo activo em que a possibilidade de

“veracidade” se mede pela conformidade com a realidade objectiva e que “o conhecimento é viável apenas no sentido em que deve caber no mundo experiencial daquele que conhece” (Flick, 2009, p. 70). Uma vez que simultaneamente “toda a sociologia é um processo de desmistificação, de desvelo da ‘verdade’ por detrás do que é tomado por adquirido na existência social quotidiana” (Garnham, 2000, p. 151) e que a realidade a se chega é uma “realidade negociada”.

Como é sabido, um “estudo de caso” define-se menos por ser uma opção metodológica *per se* do que por ser uma escolha sobre aquilo que deve ser estudado, chamando a atenção para a possibilidade de segundo critérios definidos ser possível obter um conhecimento relevante para uma dada problemática teórica ou aplicada. No nosso caso, as dimensões críticas que levaram à sua escolha e permitem responder à questão de fundo “o que é que pode ser aprendido com o estudo do geocaching?” foram, no nosso entender, abundantemente explicitadas, inclusive em E.1, “Geocaching. O que é que isso importa?”, p.XLII e seg.s.

Num segundo passo, a opção pela forma de recolha e tratamento dos dados passíveis de descrever e compreender a dinâmica do caso vertente recaiu numa estratégia “múltipla” (Bryman, 2004b, p. 454; Silverman & Marvasti, 2008, p. 156) ou “mista” (Blaikie, 2000, p. 218) em que a triangulação de teorias acompanha a triangulação de dados (Denzin, 1978, p. 291), recolhidos de diversas proveniências, cada qual com os instrumentos tidos por mais adequados (e de que se dá conta nas partes subsequentes do presente capítulo, bem como nos anexos metodológicos, H e seguintes) uma vez que “a natureza intangível do meio internet significa que a aplicação directa das metodologias tradicionais é frequentemente difícil (...) e muitos dos arranjos sociais complexos que permitem as recentes oportunidades de pesquisas resistem aos métodos tradicionais” (Beddows, 2008), sendo necessário ajustar e combinar com alguma dose de criatividade o seu melhor compromisso.

Num estudo focado sobre os meios locativos e no seu possível impacto sobre o sentido do lugar e do espaço, a triangulação é ainda um procedimento especialmente congruente com a dinâmica do próprio sistema tecnológico, uma vez que se trata do método dilecto e primordial da geodesia, admitindo que o conhecimento de um ponto no espaço se pode obter com exactidão a partir da sua posição relativa a pelo menos outros dois pontos conhecidos, calculando a partir da separação dos respectivos ângulos o comprimento/distância dos lados do triângulo assim composto. No fundo, uma transmutação no discurso das ciências sociais da ideia de que se pode obter um conhecimento mais fiel sobre algo perspectivando-o de múltiplos pontos de vista.

Triangular significa assim tanto combinar diversos métodos qualitativos como combinar estes com os quantitativos. Não obstante, apesar dos dados recolhidos, em particular no questionário e no tratamento dos produtos virtuais, serem quantificados o paradigma dominante que subjaz à sua análise é qualitativo atendendo a que o propósito dominante não é encontrar relações entre variáveis pautando-se antes por uma visão indutiva e descritiva.

Confrontando retrospectivamente o trabalho consoante se apresenta ao longo das suas diversas partes constituintes, até chegarmos ao presente capítulo, com alguma da mais sólida literatura sobre metodologia qualitativa somos ainda levados a admitir não sem alguma inquietação que no seu conjunto



o nosso esforço surge igualmente informado por uma “triangulação” das preocupações dos seus grandes paradigmas orientativo (veja-se ainda o Quadro 2.3, p.45).

Especificamente, entre outras, reconhece-se uma veia qualificável, à falta de melhor termo, sob a imagem cultural (Featherstone, 2007, p. 11) de “**pós-moderna**”, patente na preocupação em confrontar o discurso sobre o ciberespaço como inerentemente utópico bem como em tentar desmontar e criticar a “autoridade representacional do texto escrito” (Silverman & Marvasti, 2008, p. 17), por exemplo na forma como se tenta aferir criticamente o valor de teses tais o individualismo em rede e a cultura do *remix* mobilizando para tal conceitos do marxismo espacial, em consonância com a ideia de Lyotard para quem “não se pode julgar como paranóicos o realismo da auto-regulação sistemática e o círculo perfeitamente fechado dos factos e das interpretações, a não ser sob condição de se dispor ou de se pretender dispor de um observatório que por princípio escape à sua atracção” (Lyotard, 1989, p. 22). Esta propensão para concomitantemente perceber (todos) os fenómenos como representações de poder, expressa na cooptação de autores como Foucault e em certa medida Bourdieu, no tocante às teses sobre o “poder simbólico” deste último, bem como em certa atracção exercida pela possibilidade de uma “sociologia para além das sociedades” (*apud* Urry), pela possibilidade de uma renovação disciplinar que insinua a sua circunscrição *démodé* no modelo do estado-nação demo-liberal é inerentemente autobiográfica, resultando directamente da (de)formação prévia do autor e em certa medida constitui uma deriva inevitável na aproximação à óptica das relações “inter-nacionais” que constituem a sua formação base, enformando elas mesmas, nos exactos termos da sua formulação, de tal problema perante um mundo cujos fenómenos-chave a tecnologia de comunicação levou a perceber como composto de fluxos globais.

Em segundo lugar, e em particular no que anima a operacionalização levada a cabo nos capítulos subsequentes não é fácil identificar um paradigma exclusivo. Ela é **naturalista** na medida em que é frequentemente descritiva, até porque e sobretudo quando admite levantar elementos que ainda que individualmente sejam conhecidos, no conjunto e no contexto da prática da amostra, possam servir para ajudar a retratar aquilo que coexiste dentro de uma realidade nova. No entanto ela não se demite ainda assim de tentar procurar entender como as pessoas tentam fazer sentido das suas vidas, recolhendo ainda que com suporte de debilidade variável, algumas das preocupações de Turner (acima, p.79 e seg.s) quando à necessidade de identificar as necessidades transaccionais por aproximação ao que Silverman e Marvasti (2008, p. 15) definem como paradigma do “**emocionalismo**”, por exemplo na tentativa de equacionamento do geocacher como *flâneur* e da “deriva” que a actividade proporciona como emulação de tipos sociais que em Portugal se podem fazer equivaler ao “retornado” e ao “emigrante”.

O paradigma dominante na análise empreendida na presente etapa pode ser assim ser aproximadamente definido como eminentemente “naturalista temperado”, na medida em que crê que não há conhecimento que não deva ser suportado em factos mas também entende que melhor do que presumir relações causais da coexistência de certas variáveis pode ser assumir o risco do exercício de alguma “imaginação sociológica” (Fuller, 2006; Harvey, 2005b; Mills, 2000) na medida em que frequentemente os processos subjacentes não são passíveis nem de observação nem tão pouco (pelo

menos de forma fácil) frequentemente de admissão directa, subsistindo como uma espécie de questão ensombrada na mente dos próprios alvos de inquérito. Um exemplo evidente de tal fenómeno, dentro da realidade específica do jogo lúdico de que nos ocuparemos, é a forma como a dimensão agonística, seja, competitiva, surge de alguma forma recalcada. Uma análise ponderada dos relatos dos participantes revela que boa fatia dos deles tende numa fase inicial a deixar-se por ela dominar, no entanto as menções tendem a surgir de forma suavizada *ex post* como espécie de “memória envergonhada” que quando é directamente confrontada se elude, relativiza e nega, mas não deixa porventura de ser um dos elementos determinantes da acção.

Por outro lado, a flexibilidade e a repartição espacial da actividade humana significam que “em virtude da pertença sobreposta a múltiplas entidades sociais, os seres humanos estão sujeitos a possivelmente conflituosas ou contraditórias influências de uma variedade de organizações e círculos de normas nos quais é esperado tomarem parte” (Elder-Vass, 2010, p. 202). A intersecção de esferas de vida, grupos de pertença e integração em organizações torna as entidades humanas substancialmente distintas das entidades naturais. Este problema é coincidentemente “o problema” a que o presente trabalho pretende em parte dirigir-se e, por conseguinte, subsiste uma inadequação de fundo – quase uma impossibilidade – em adoptar a perspectiva de um naturalismo estrito pois as variáveis em jogo, desmultiplicadas através da incorporação da localização na comunicação mediada, são demasiado extensas para de forma fácil e segura se poder chegar à identificação de mecanismos causais.

Em terceiro lugar, o interesse pelo poder implica o interesse pela ordem social e como tal tem uma colação, ainda que muito limitada e com carácter puramente sensibilizador, com a “**etnometodologia**” que como “estudo dos métodos usados pelas pessoas para construir a realidade na vida quotidiana” ou “dos métodos de criação da ordem social” coloca a negociação desta no centro das suas preocupações e estabelece uma ponte para a fenomenologia, como processo dilecto do estudo do espaço<sup>121</sup> e ângulo dominante do *spatial turn* nas ciências sociais e para o próprio interaccionismo simbólico, uma vez que Mead (Turner, 1988, p. 32) e Goffman se situam entre os percursores da definição da situação. A aplicação da etnometodologia conhece de resto precedentes seja quanto ao

---

<sup>121</sup> A esta mesma conclusão parecem notoriamente chegar Paul Dourish (Dourish, 2006; Dourish & Bell, 2011) e Scott Lash (2002, p. 156 e seg.s). O primeiro sugere no seu trabalho sobre o reposicionamento do estudo do lugar e do espaço uma deriva metodológica para o que qualifica de “**tecnometodologia**”, seja uma aproximação dos estudos da tecnologia às preocupações da etnometodologia. O segundo opera uma síntese entre Huizinga (*cf.* acima, p.131 e seg.s), Garfinkel e Lefebvre (*cf.*, acima, p.16 e seg.s) de forma a advogar uma “**fenomenologia tecnológica**” e a adopção de uma “fenomenologia empírica da comunicação” como perspectiva e método melhor capacitados para responder às perguntas “que tipo de cultura é a cultura da informação?” e “em que sentido esta última constitui uma cultura tecnológica?”, associando-as à admissão de que os modernos espaços comunicativos deixaram de ser representacionais, animados por uma concepção utilitária da informação, segregando os *homo sapiens* e *faber* (a razão da acção), para passarem a ser espaços lúdicos em que sujeitos, objectos culturais e objectos reais passaram a coexistir sob um denominador comum; em que a reflexividade deixou de ser um processo de decisão visto como distanciado passando a incidir sobre a forma como o conhecimento se associa à acção; como conhecimento e prática coexistem enquanto experiência e não algo que surge acima dela. Em suma como, em contraste com uma cultura representacional em que “o sujeito está numa natureza diferente das coisas”, na cultura tecnológica o sujeito passa a ser visto como estando no mundo a par e passo com as coisas, comunicando-se, comunicando-as e interpelando outros num regime de competição festiva e aparentemente desinteressada, próprios da natureza do jogo e da simulação.

estudo dos média (Jalbert, 1999) seja do domínio do jogo/*play* (Tolmie & Rouncefield, 2013)<sup>122</sup>. Embora as suas preocupações se apresentem em parte datadas e tendam a ser percebidas e à sua proposição de técnicas experimentais como o *breaching* (Garfinkel, 1967, p. 58) e a introdução deliberada de rupturas como provocação válida mas de que resultam poucos dividendos<sup>123</sup>, a porção delas que concerne a linguagem como pura convenção e forma de negociação do significado revela-se a nosso ver relevante quando se lida fenômenos em que a prática discursiva é central na formação das impressões. De outro modo, está suficientemente estabelecida a inadequação da etnometodologia aos estudos da computação mediada por computador (McAuley, 2010), sendo notória resistência do próprio Garfinkel inclusive à mera possibilidade de a aplicar à análise da transcrição de textos, consoante aplicado pelo precursor da análise de conversação, Harvey Sacks. Na perspectiva etnometodológica a co-presença encorpada é um elemento essencial e a “etnometodologia virtual”, seja a aplicação de princípios etnometodológicos à computação mediada por computador é algo cujos frutos parecem inesperadamente reservado a ter um sucesso limitado ao desenho das interfaces, onde tem sido acolhida pela forma como salienta – muito agudamente, como se sugeriu – que o desenho das interfaces pelo programador não deve ter como propósito pré-digerir o mundo pelo e ao invés do utilizador

Uma pitada de preocupação “etnometodológica”, enfatizando o interesse pelas pessoas concretas nas suas circunstâncias e pela possibilidade de chegar a entender e conhecer algo da “socialidade” como performance e negociação da ordem é no entanto atraente como forma de tempero dos postulados mais radicais do construcionismo e do pós-modernismo para quem em última análise todo o significado seria problemático, relativo e impossível de inteligir exactamente que não para quem produz o acto, remetendo-se na melhor hipótese para a possibilidade de apreender arbitrariamente o “senso comum” como mínimo denominador. “É apenas nos limites do discurso académico que a possibilidade de questionar cada sentido e entendimento é uma actividade legítima e algo que apesar de tudo a vida quotidiana desmente, pois nos contextos actuais de interacção as pessoas não têm possibilidade de sistematicamente duvidar das palavras e das acções” (Francis & Hester, 2004, p. 5). Em suma, levada ao extremo, a deriva relativista revela-se de certa forma paralisante, suscita o risco “de cair numa espécie de empirismo radical que captaria apenas uma pulverização de identidades, de papéis, de comportamento, de acções e de reacções sem nenhuma espécie de ligação entre eles” (Lahire, 2002, p. 22), torna-se infrutífera e sobretudo surge demasiado focada na heterodoxia e na descontinuidade quando apesar de tudo a regra é a fluidez na forma como as pessoas logram interagir e relacionar-se. Mesmo que as *nuances* de linguagem subsistam e sejam inevitáveis ela não deixa de cumprir a sua função essencial, permitindo estruturar a interacção e a construção contextual de um significado partilhado a partir da performance de uma “gramática” de actividades em comum, como no caso do geocaching.

---

<sup>122</sup> Sob a formulação irónica “etnometodologia na brincadeira” (*play*), Tolmie e Rouncefield (2013) subvertem a aplicação inicial de Garfinkel (1986) que foi “etnometodologia no trabalho” e demonstram a valia desta no domínio lúdico e do lazer.

<sup>123</sup> Para o cotejamento de Garfinkel com e aceitação mormente com reservas da etnometodologia por Habermas, Bourdieu e Giddens bem como para uma excelente introdução geral a esta veja-se particularmente o primeiro capítulo de Lynch (1993).

A etnometodologia alerta-nos para que a linguagem e a vida social são mutuamente constitutivas e que a aprendizagem, inclusive a correspondente ao processo de inserção numa comunidade para-virtual é um processo interactivo explícito, mas também implícito, presente quando dois indivíduos entabulam um diálogo, mas igualmente presente quando apenas um deles cogita internamente ao elaborar uma dada actividade a solo. A vida interior é marcada pela interacção exterior, seja porque esta enforma as categorias da mente, seja porque a segunda permanece e é ponderada como horizonte referencial de aprovação ou reprovação do comportamento.

Sociologicamente, a perspectiva de acordo com a qual a sociedade é uma construção semiótica e que “os significados não fluem do objecto para o signo, mas antes no sentido inverso: os *signos impõe significado* aquilo que eles representam” (Francis & Hester, 2004, p. 11) é valiosa quando se lida com a discussão do carácter determinante da tecnologia, mormente locativa, miniaturizada e ubíqua e a possibilidade que esta tem de construir e dotar o lugar de significado, apresentando-se consistente com os trípticos de Lefebvre que descrevem como os indivíduos “são inscritos” pelas representações do espaço do seu tempo e subseqüentemente estas condicionam a sua percepção e levam à sua “reinscrição” através da prática, das experiências e das interacções que mantêm; como eles reproduzem e produzem o espaço e como edificação simbólica e inscrição material acabam por ser quase sinónimas.

Concomitantemente, existe aqui um valor heurístico pois ao avaliarmos a forma como as práticas espaciais são impactadas pelas tecnologias da localização e da comunicação devemos recordar que estas recorrem à linguagem e que esta é ela própria por natureza situada (em que o “situada” deixou, na forma mediada, de ter uma colação presencial, reportando-se igualmente aos regimes de co-presença nas plataformas ou ambientes virtuais e às realidades “*híbridas*”, consoante descritas por Souza e Silva). Quando um geocacher ou um utilizador do TripAdvisor escreve sobre um dado local, a forma como essa e qualquer outra coisa é descrita varia em função das circunstâncias em que a descrição é feita. Ao usar a linguagem para levar a cabo certas tarefas (inclusive a “tarefa” de as descrever, pois por exemplo no geocaching *logar* – i.e., registar a visita e o *found* - é parte integral do jogo) os indivíduos escolhem-na/ponderam-na e às palavras que usam bem como porventura às fotos que colocam em função da situação com que estão a lidar e é esta que determina o significado que pretendem ver atribuído aos termos que empregam.

Assim, quando redige certo episódio relativo aos contornos da busca de uma geocache o geocacher situa-se num limbo entre o físico e o virtual que o leva balançar duas “situações”: a realidade como a viveu e a situação concreta de estar a escrever para um público que sabe o vai ler. A segunda filtra a primeira e o resultado pode facilmente ser um texto em que o trivial surge embelezado e engrandecido em ordem à reverência da gramática comum quanto ao que interessa e aquilo a que é atribuído valor.

Nas plataformas sociais locativas, os objectos (os lugares, os monumentos, as paisagens...) embora possam ser descritos de formas muito diversas, acabam assim por ser alvo de um trato comum pois a produção linguística encarrega-se de enfatizar aspectos análogos não tanto dos locais como das preocupações dos que os experimentam, gerando um efeito de homologia que não pode deixar de ser

notado por quem quer empreenda a tarefa de ler os comentários numa plataforma locativa, por hipótese sobre o Museu Nacional de Arte Antiga, constatando a prevalência do efeito de manutenção por referência a quem inicialmente “estabeleceu o tom”.

Neste sentido, recordar a relatividade da linguagem como processo de construção situada de significado é igualmente entender a relatividade do discurso sobre o espaço, senão mesmo entender a inerente contingência desde. Tal princípio vale tanto para quem emite uma mensagem como para quem a descodifica, pois uns e outros buscam a congruência. Ao observar os produtos virtuais devemos ter presente que eles não constituem apenas algo que releva por exemplo como variável dependente dos níveis de escolaridade, mas simultaneamente é alvo de manobra como instrumento activo de construção da realidade.

Mais do que por um “método” singular o nosso trabalho é enformado por um conjunto de preocupações metodológicas que derivam em boa parte da natureza peculiar do objecto em estudo o qual não requerendo necessariamente técnicas de análise novas implica no mínimo estender e conjugar as já existentes uma vez que com a incorporação das tecnologias de comunicação no quotidiano a típica definição da situação muda e com ela os mecanismos de relacionalidade, indicialidade e reflexividade.

Vista como “uma maneira de investigar as relações genealógicas entre as práticas sociais e os relatos dessas práticas” (Lynch, 1993), mais do que “métodos” a etnometodologia sugere “preocupações metodológicas”. Por conseguinte se o “estudo de caso” foi o paradigma de orientou a escolha daquilo que havíamos de estudar e se entre outros a “etnometodologia” nos forneceu algumas pistas temperadoras sobre como o deveríamos interpretar, a orientação concreta quanto a como deveríamos recolher os dados sobre os quais operar essa interpretação veio, finalmente por um lado da assim designada “**etnografia virtual**”, consoante estabelecida por Hine (2000, 2004, 2005, 2007) – que giza instrumentos antecipando claramente a questão: “Em que é que a internet afecta a organização das relações sociais no tempo e no espaço?” – bem como da já substancial literatura sobre metodologias aplicadas de estudo da Internet, orientadora mormente em matéria da concepção e aplicação do questionário porque se optou e bem assim do tratamento dos dados recolhidos nas plataformas em linha, de que se salientem entre muitos outros, como objectos de consulta, Barker, Barker & Pinard (2010); Consalvo e Ess (2011); Dumova e Fiordo (2010); Hewson (2003); Holge-Hazelton (2002); Hunsinger, Klastrup & Allen (2010); Jones (1999); Kazmer e Xie (2008); Kozinets (2010); Mann e Stewart (2000); Markham e Baym (2009); Ó Dochartaigh (2002); Poynter (2010).

Complementados como alguma observação participante e com o necessário lastro de experiência a um tempo suficientemente profunda e distante de forma a facilitar ao autor a identificação dos pontos focais, operou-se assim a aplicação de um **questionário**, cuja preparação foi antecedida com **entrevistas** exploratórias, que foram suplementados e conjugados com a **análise de conteúdo** de relatos, constantes em periódicos especializados, a par e passo com a análise **de produtos colocados no espaço virtual**.

Porque a triangulação das descrições e interpretações confere credibilidade a um estudo de caso, sobretudo quando feitas de forma contínua (Stake, 2010, p. 443), a exposição subsequente mescla as

diversas fontes estando organizada em função dos objectivos, questões e hipóteses pré-definidos, ajustando quando necessário a estrutura da exposição às linhas de força subsequentemente emergentes da análise.

Embora, a possibilidade de aplicação de um questionário em linha seja apelativa e eficiente em termos de custos, como reverso, facilmente coloca problemas quanto à eventualidade de uma amostra de indivíduos “voluntários” não ser fidedigna nem representativa da população. Nesta medida, a prudência recomenda uma circunscrição suficientemente concisa e insuficientemente ambiciosa. Ao mesmo tempo, a dificuldade em recrutar respondentes em linha é tanto menor quanto mais balizado o tema, pelo que, balançando todos os factores, estamos convictos de ter obtido sucesso, em função dos elementos de que damos conta, em particular na parte relativa à sua “Avaliação”, p.XCVII e seg.s, cuja consulta se recomenda.

### 7.2.1 QUESTIONÁRIO EM LINHA

O questionário foi aplicado num regime de autopreenchimento através da plataforma LimeSurvey, tendo-se obtido 589 respostas válidas.

Mais detalhes sobre a metodologia, limites, preocupações e os processos desenvolvidos para os colmatar podem ser encontrados no Anexo H, p.XCII e seg.s.

Para os geocachers respondentes que optaram por quebrar o anonimato e fornecer os respectivos *usernames*, foram adicionalmente recuperadas e cruzadas algumas dezenas de variáveis:

- a) a partir dos respectivos perfis constantes na rede social Facebook;
- b) a partir das estatísticas de uso e *performance* como geocachers do sítio Geocaching.com;
- c) Através do *scrapping* dos respectivos *logs* (textos redigidos) na mesma plataforma.

As respostas obtidas permitirão corresponder aos objectivos e questões de pesquisa bem como empreender a ilustração empírica de inúmeros pontos da dissertação teórica, aferindo da sua acuidade.

Para análise e tratamento dos dados obtidos utilizaram-se as aplicações SPSS e QDA Miner, o último eminentemente para as respostas abertas (de redacção).

A operacionalização do questionário e a sua pré-aplicação ditou um exercício de redução das variáveis de modo a evitar uma excessiva extensão. A mesma economia forçou à busca de precedentes orientadores seja no sentido de garantir a validação pelo uso de modelos consolidados seja de forma a permitir o cotejamento. Neste sentido, foi possível identificar e incorporar no enunciado, através de uma busca e análise criteriosa da literatura, um conjunto de moldes de análise aplicados à inquirição da dimensão *gamificação*, atendendo à importância constatada do lazer e do entretenimento como *drives* da mobilidade e no uso das ferramentas de geolocalização, que se revelaram gradus e com igual colação nas práticas das populações inquiridas (Brockmann & Theis, 2008; Farman, 2009; Hooper & Rettberg, 2011; Jewett, 2011; McNeill, 2007; Neustaedter, Tang, & Tejinder, 2010; O'Hara, 2008; Telaar, Krüger, & Schäning, 2014; Thielmann, 2010). Foi designadamente o caso da *Playful Experience Framework (PLEX)* a qual identifica 22 categorias de motivos para aderir a actividades lúdicas com base no tipo de experiências que proporcionam, tipo de actividade executada, emoções e motivos para participar (Arrasvuori, Boberg, Holopainen, *et al.*, 2011; Korhonen, Montola, & Arrasvuori, 2009; Lucero,

Holopainen, Ollila, *et al.*, 2013)

### 7.2.2 ENTREVISTAS E ANÁLISE DE CONTEÚDO DE MATERIAL NATURALMENTE OCORRENTE

Empreenderam-se oito entrevistas semiestruturadas com carácter exploratório a utilizadores de tecnologias da localização, cinco presenciais, duas por e-mail e uma via a aplicação Skype.

Destas, seis foram a geocachers, uma a um utilizador de GIS colaborativo e outra a um dos administradores de um dos sítios nacionais em torno dos quais a comunidade de geocachers se agrega. Os entrevistados tinham idades compreendidas entre os 27 e os 53 anos, respectivamente.

O critério da selecção dos visados nestas foi eminentemente a conveniência atendendo igualmente à necessidade de identificar e sensibilizar protagonistas pivô que facilitassem e credenciassem pelo endosso a subsequente aceitação e divulgação do inquérito, tendo presente que “os investigadores devem prestar considerável atenção à sua auto-apresentação” de forma a “estabelecer a sua presença em boa fé como recipiente confiável” (Hine, 2005, p. 20).

Em acréscimo considerou-se como especialmente relevante enquanto forma de “dados naturalmente ocorrentes” (Silverman & Marvasti, 2008, p. 155) um conjunto de assim designadas “Entrevistas de Carreira”, num total de uma vintena, constantes na publicação sobre geocaching GeoMagazine<sup>124</sup>, as quais foram codificadas e alvo de tratamento através da aplicação MaxQDA. Nas respectivas citações, estas últimas surgem identificadas com o prefixo “GM” seguido do número respectivo da revista. Pese embora a relativa inocuidade das declarações, achou-se preferível abreviar o nome dos respondentes às respectivas iniciais, no pressuposto genérico de que “o quanto mais a pesquisa proteger a confidencialidade das pessoas envolvidas, menor é o risco que tal para elas possa levantar” (Ess, 2002, p. 6).

Este último tipo de dados tem à partida como desvantagem estar sujeito a uma orientação editorial na formulação das questões sobre a qual o investigador não tem intervenção. Em contrapartida têm como vantagem, evidente para quem empreenda a sua leitura integral, o carácter informal em que decorrem, aflorando-se repetidamente e de forma espontaneamente coincidente muitos dos temas em análise no nosso modelo, os quais surgem iluminados de forma lateral, acrescentando amiudamente ângulos que não nos seriam à partida evidentes.

### 7.2.3 ANÁLISE DE PRODUTOS VIRTUAIS

A análise de produtos virtuais incidiu sobre o conteúdo das páginas das caches bem como sobre os *logs*, tendo-se recolhido tanto os textos respectivos como os demais registos e informações associados (por exemplo, as datas e a classificação dentro das diversas tipologias disponíveis na plataforma).

Na análise fina e mormente espacial optou-se como critério delimitativo de uns e dos outros por trabalhar aqueles que foram produzidos pela amostra de respondentes, garantindo assim tanto quanto possível a consistências dos dados recolhidos no instrumento questionário com a análise de conteúdo dos produtos virtuais e assegurando, no mínimo, que uns e outros correspondiam à mesma população.

---

<sup>124</sup> Acessível em: <http://geopt.org/geomagazine/>

No caso de alguns indicadores particulares foi necessário reduzir subamostras em função da disponibilidade funcional da informação. Foi por exemplo o caso dos cálculos de deslocação e distância só possíveis para os respondentes que cumulativamente optaram por se identificar e por assinalar com uma precisão superior à do concelho, ao nível da localidade e da rua, o seu local de residência.

Embora esta última informação fosse facultativa e como tal, na ausência de qualquer “pressão” não houvesse razão para acreditar que os respondentes falseariam as respostas, foi ainda assim possível cruzar estas indicações com os dados recolhidos para o local de residência a partir do respectivo perfil no Facebook, tendo-se cruzado uns e outros.

O tratamento do texto foi feito na aplicação QDA Miner na medida em que, pese embora tenha vindo a revelar debilidade no tratamento de grandes volumes de dados, sendo incapaz de retirar pleno proveito dos recursos de computação (expansão *multicore* das tarefas e uso de memória além do limite de 3GB da programação em 32bits), ela inclui opções de tratamento estatístico e análise de conteúdo particularmente ricas e específicas da língua portuguesa.

É designadamente o caso da inclusão do *Regressive Imagery Dictionary* (abreviado “RID”)<sup>125</sup>, cuja versão portuguesa foi comparativamente avaliada por Wilson (2011) que lhe atribui uma validade comparativamente baixa, 56,7% contra a tradução em latim (77,33%) e em alemão (68%) atribuindo a causa a ser “liberal”. Parece-nos, não obstante que estes resultados se podem explicar em boa parte pelo método adoptado, que consistiu na sua aplicação a salmos bíblicos e a um livro cujo vocabulário é reconhecidamente vetusto. Nesta medida, ser “liberal” pode de facto traduzir-se numa vantagem quando em causa está a análise do discurso contemporâneo.

No tratamento espacial dos dados empregaram-se particularmente as ferramentas ArcGIS, e QGIS, destacando-se a segunda pela diversidade de *plug-ins* disponibilizados na categorização e agregação da informação vectorial e a primeira pelo superior eficiência no uso dos recursos.

Como forma de permuta de dados entre aplicações usaram-se bases de dados em formato MySQL e MS Access, na integração com a ferramenta de *scrapping* Visual Web Ripper e PostgreSQL, entre aplicações GIS e com o SPSS.

As dificuldades técnicas encontradas prenderam-se notavelmente com problemas relativos à codificação dos caracteres bem como estrangulamentos na velocidade de processamento de dados derivados da relativa lentidão do suporte de escrita, onerosa quando o volume de dados tratados orça as

---

<sup>125</sup> O RID consiste num sistema de codificação para análise de texto de orientação psicanalítica, agrupando cerca de 3200 termos em categorias repartidas por três grandes grupos: Processos Primários, Processos Secundários e Emoções. Os primeiros correspondem a uma codificação dos desejos, sensações (tipos de **sentido** envolvido), simbolismo (incluindo neste entre outros os temas da **viagem** e do **movimento não orientado**), conhecimento e imaginário icariano (incluindo nestes entre outros léxicos associados a **subir** e **alto**). Os segundos repartem-se entre a prevalência do pensamento abstracto, dos comportamentos social e instrumental, relativos à **lei e restrição**, à **ordem**, referência temporal e imperativo moral. As terceiras distinguem as expressões de afecto positivo e negativo, a tradução de ansiedade, tristeza, **compromisso com o outro**, **comportamento expressivo e triunfo**. Trata-se, por conseguinte, como se verá, de uma codificação bastante adequada à produção de texto no âmbito do jogo locativo e do geocaching em particular, coincidindo com boa parte dos seus temas e das nossas preocupações. Como desvantagem óbvia saliente-se que as palavras são consideradas na sua ocorrência isolada, o que naturalmente limita a fidelidade. A tradução portuguesa, constante na ferramenta WordStat < <http://www.kovcomp.co.uk/wordstat/RID.html> > é originalmente da autoria dos Prof.s Tito Cardoso e Cunha e Brigitte Detry. Quando adequado procedemos a alguns, pequenos, ajustes e complementos.



centenas de milhares de registos, recomendando-se para o colmatar vivamente a título de lição aprendida a opção por um suporte SSD (*solid-state drive*).

### 7.3 ESTRUTURA DA ANÁLISE DE RESULTADOS

Nem todos os utilizadores regulares de tecnologias de localização são geocachers, porém todos os geocachers tendem a usar regularmente tecnologias de localização. Eles constituem, por conseguinte, uma amostra exemplar da sua aplicação lúdica e é como tal que vamos analisar as suas práticas repartindo por comodidade, em obediência aos objectivos definidos no início do capítulo, a nossa exposição em quatro vectores dominantes de análise:

- **Espaço.** Como prática de consumo, produção e vivência dos lugares e nas implicações que tal possa ter nos seus padrões de deslocação (Capítulo 8 - p. 158 e seg.s).
- **Jogo.** Como actividade composta de regras, performances e marcadores próprios de um jogo, nas diversas subdimensões identificadas por Caillois: forma de mimetização, competição e como traço particular, enquanto prática *secretiva* (Capítulo 9 - p. 218 e seg.s).
- **Narrativa.** Como produção digital de textos que edificam uma gramática de práticas e suscitam nos praticantes motivos de identificação (Capítulo 10 - p. 245 e seg.s).
- **Sociabilidade.** Como palco de encontros reais e virtuais e desafio às relações existentes tanto como possibilidade aberta do engendramento de novas formas de capital social, no conspecto dos diversos domínios de vida a que os seus praticantes estão sujeitos e como comunhão submetida a processos por vezes contraditórios de controlo, diferenciação e construção da confiança (Capítulo 11 - p. 259 e seg.s).

Não se esgotando o teor do instrumento questionário, todavia, na inquirição das práticas em torno do específico jogo locativo, a porção dele relativa à posse e uso, razões para a adopção e atitudes perante os dispositivos e tecnologias de comunicação e localização e outras plataformas que não estritamente o geocaching.com, bem como a apresentação dos elementos sobre o perfil sociodemográfico da amostra são, por constrangimento formal de espaço, levados a cabo no Anexo G, “Sobre o perfil do utilizador regular de tecnologias de localização. Elementos adicionais”, p. LXIX e seg.s, bem como em H.4.1.8, e em H.4.1.9, “Elementos demográficos da sub-amostra de geocachers considerada isoladamente”, p.CII e seg.s

## Capítulo 8 - ESPAÇO. AVALIAR O GEOCACHING COMO PRÁTICA DE PRODUÇÃO, REPRODUÇÃO E CONSUMO DO ESPAÇO

“A mobilidade é frequentemente concebida como uma forma de liberdade, mas de facto resulta das dicotomias da autonomia e heteronomia, produção e adaptação (...) deve ser conceptualizada em relação à flexibilidade enquanto habilidade dos actores em se adaptarem à direcção dos fluxos”  
Kesselring (2006, p. 270)

No capítulo inicial (*cf.*, acima, p.20 e seg.s) sugeriu-se como, ao considerar todo o espaço como produto social, Lefebvre permite superar a dicotomia físico-virtual salientando que ambos os domínios têm em comum idênticos processos pelos quais podem ser entendidos e articulados em continuidade e que as práticas no espaço virtual expandem sobretudo as técnicas de representação do espaço e a confecção de espaços representacionais que com a introdução da localização impactam hoje mais directamente as práticas materiais ao mesmo tempo que as tecnologias e os dispositivos computacionais miniaturizados passaram a admitir a constituição de espaços híbridos (*cf.* acima, p. 54 e seg.s) à medida que a Internet deixou de habitar exclusivamente o computador de secretária e se tornou móvel, tornando-se acessível não importa em qual parte do mundo físico gerando uma relação em que não só os lugares são afectados pela informação localizada como ajudam eles próprios a definir a produção e o significado desta e a sua hipotética conversão em “conhecimento”.

No capítulo 2, vimos ainda como, em consonância com o *spatial turn* nas ciências sociais, os “lugares” são espaços vividos, adquirindo identidades definidas pelo cruzamento dos que neles se deslocam e que num mundo de comunicação “o local não pode ser visto apenas como contido na sua entidade física, porque os lugares estão impregnados de identidades culturais e humanas interrelacionadas com as do espaço” (Kellerman, 2006, p. 129).

Assim, é do carácter destes lugares híbridos em que o geocaching ocorre e que por ele são constituídos, como confeito dos seus intervenientes, que nos ocuparemos de seguida.

A representação do espaço no geocaching, o seu espaço mental concebido (no fundo o discurso que os seus praticantes constroem em torno dos seus valores e técnicas comuns de organização, repartição e produção de significado<sup>126</sup>) não é separável seja das demais representações do espaço que são levados a mobilizar (as ferramentas que usam mas também o ambiente social em que se inserem, impregnando de sentidos e memórias colectivos) seja, em concreto, com o imaginário espacial do tempo em que vivem que umas vezes criativamente subvertem e outras tantas vezes meramente replicam, glosando os espaços representacionais com significados socialmente atribuídos e reproduzindo o seu valor (por exemplo, quando frequentemente optam por colocar uma cache num “castelo” ou local mitificados, como ainda por ex. o cabo de S. Vicente como “berço dos descobrimentos” e alegado local da fundação da “Escola de Sagres” etc...).

Consequentemente, nos termos particulares de Lefebvre, como *espaço mental de representação*, o geocaching conjuga o conhecimento do espaço numa dupla vertente:

---

<sup>126</sup> Em que “técnicas” equivale por exemplo aos tipos de cache admitidos e a “organização” se plasma por exemplo em preceitos como a regra, imposta pela plataforma, de um mínimo de 160 metros de distância entre cada cache.

- correspondente à mobilização das ferramentas de informação geográfica (GIS) disponíveis e às preocupações que elas ecoam e filtram;
- correspondente aos mapas mentais e à estrutura cognitiva de cada utilizador, frequentemente associados aos seus domínios académicos e profissionais (*e.g.*, o geólogo que cria caches sobre geologia...) e percursos de vida (*e.g.* o geocacher que cria caches em locais emblemáticos da sua infância...);

Como *espaço de vivência social*, o geocaching conjuga a produção de significado do espaço numa dupla vertente (veja-se ainda a Quadro 8.1):

- Incorpora o imaginário social do tempo e da sociedade (inclusive os valores da mobilidade e da demonstração de uso da própria tecnologia);
- Constrói uma sociabilidade própria ao enfatizar e por vezes parodiar dadas contradições do espaço social convencional.

Como *espaço de prática material*, o geocaching conjuga a produção do espaço numa dupla vertente:

- Através da edificação e calcorreamento de percurso e itinerários;
- Através da produção de contentores e experiências.

Em oposição à abstractização e à compartimentação do moderno espaço urbano, o geocaching propõe o regresso à valorização do espaço absoluto como concreto e emotivo; um espaço vivido e “quente” em que os valores da “natureza” e do local ermo constituem parte central do imaginário; do espaço sagrado e do espaço histórico.

A representação institucionalizada do espaço colide com o espaço representacional do geocaching como *urbex*<sup>127</sup> e com a vontade de “transgressão” em que o *trespassing* (seja, o acesso a um local reservado onde normalmente não se deveria estar) é parte da adrenalina e do jogo (inclusive no caso das “reservas integrais” dos parques naturais<sup>128</sup>). Os mapas condicionam a forma como o espaço é socialmente vivido, mas como Lefebvre enfatiza e o geocaching demonstra, a dialéctica das práticas espaciais reverte-se sobre as suas representações.

Como prática tendencialmente geradora de um espaço diferencial, o geocaching apropria-se das ferramentas de representação e produção do espaço admitidas pelas tecnologias da localização e pelos sistemas de informação geoespacial num esforço de inversão das contrariedades do espaço abstracto, mormente revalorizando as suas periferias - seja como esforço institucionalizado (por exemplo através da deliberada realização da cerimónia de entrega dos “Prémios GPS”<sup>129</sup> em municípios do interior ou

<sup>127</sup> Abreviatura da expressão inglesa “urban exploration” (exploração urbana), o *urbex* traduz-se no interesse por estruturas edificadas tipicamente abandonadas, negligenciadas e ou obscuras a propósito das quais se estabelecem discussões e inventários informais acompanhados de registos fotográficos (Gregory, 2009, p. 784). Tendência exemplificada em Portugal pelo sítio “Lugares Esquecidos” <<http://www.lugaresesquecidos.com>> e popularizada pela rubrica mantida com o mesmo nome pelo jornalista Pedro Mourinho, no telejornal da SIC.

<sup>128</sup> O ICNF (Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas) distingue tipicamente três tipos de zona dentro dos espaços protegidos sob sua alçada: “reserva de recreio”, “reserva natural parcial” e “reserva natural integral”. Na última condiciona-se o acesso a pessoas bem como a qualquer tipo de actividade. São, por conseguinte, zonas onde o pedestrianismo por recreio está à partida interdito em todas as circunstâncias, o que não invalida a tentação de nelas circular.

<sup>129</sup> Os “Prémios GPS” correspondem a uma iniciativa levada a cabo pelos promotores do sítio de geocaching nacional GeoPT.org. Realizados anualmente eles atribuem, por votação da comunidade, prémios às melhores caches dentro de determinadas categorias que incluem designadamente a melhor cache em cada distrito,

dentro da lógica do marketing territorial quando a colocação de caches surge e é promovida sobre a égide das entidades locais – cf. a discussão desta última estratégia na p. LVIII e seg.s) seja individual, pelo convite a ver os lugares familiares com outros olhos – por ex. as “entranhas” e os locais esconsores tipicamente inacessíveis de um monumento de outro modo sobejamente conhecido – e de uma forma geral pelo esforço em arvorar o atípico em alvo de atenção e fonte de prazer.

Cruzando Lefebvre, designadamente com Hägerstrand (1978), para quem “os indivíduos podem ser vistos como agentes dotados de propósito envolvidos em projectos que consomem tempo através do movimento no espaço”, podendo as biografias individuais ser em conformidade vistas como “percursos de vida no tempo-espaço, começando nas rotinas diárias de deslocação (,,) e estendendo-se a outras fases do curso da vida” e com Bourdieu (1977) que, complementarmente, através do seu conceito de *habitus*, associado ao desenvolvimento de sentidos de gosto e à prossecução de estilos de vida, permite introduzir alguma clarificação quanto à forma como “os espaços de representação têm o potencial não só de afectar a representação do espaço mas também de agir como força material produtiva em relação às práticas espaciais “ (ou se se quiser, mais tangivelmente, como agentes e estrutura se articulam), declarando que as formas temporais das estruturas espaciais estruturam não só as representações que o grupo faz do mundo mas o grupo ele próprio, que se ordena de acordo com esta representação, Harvey (1989, pp. 219-221) sugere uma possível moldura interpretativa, a que dá a forma de uma “tabela de práticas espaciais”<sup>130</sup> (ver Quadro 8.1, onde se tentou proceder à sua adaptação para o caso em estudo), repartindo os três domínios de análise do espaço em quatro subdimensões.

**Quadro 8.1 – Categorização de temas consoante as práticas espaciais do geocaching**

	<b>Acessibilidade e distanciação</b>	<b>Apropriação e Uso</b>	<b>Domínio e Controlo</b>	<b>Produção</b>
<b>Práticas Materiais (espaço experimentado)</b>	Configuração de percursos como motor de deslocação. Reforço do peripatetismo. Acesso à informação geolocalizada.	Apropriação do espaço natural como espaço lúdico. Eventos de geocaching. Circulação de artefactos (geocoins, travelbugs).	Superação dos limites pessoais. Desporto radical. Condicionamento das opções de escolha.	Tipos de cache e contentor. Trilhos e Itinerários.
<b>Representações do Espaço (espaço conceptualizado)</b>	Sublevação da fricção da distância. <i>Off limits (urbex)</i> .	WG84 (sistema de coordenadas GPS) como denominador comum. Mapas mentais e hierarquias institucionais	Geocaching como objecto de turismo e de marketing territorial.	Reperspectivação do espaço como tabuleiro virtual de jogo. Ambientalismo e

nacional e ainda de acordo com as categorias “Local”, “Aventura” e “Container”. O local de entrega dos ditos prémios varia, contando normalmente a organização da cerimónia com o apoio de geocachers locais que se encarregam de mobilizar o apoio das respectivas autarquias. Cf. <http://www.geopt.org/index.php/gps-2014/gps-grandes-plasticos-do-seculo>.

<sup>130</sup> Complementarmente vejam-se ainda as matrizes ricas em exemplos que subsequentemente desenvolve e sobre as quais nos convida a reflectir no capítulo que encerra o volume que visa fazer a súmula crítica do seu pensamento, editado por Castree e Gregory (2006, pp. 282-283). Onde, no essencial, enfatiza simultaneamente a necessidade e a dificuldade em recorrer a um modelo relacional do espaço – e não menos quando se confronta a interpretação do ciberespaço como algo que compele à necessidade de entender a articulação das relações estabelecidas internamente pela mente face ao ambiente externo e consequentemente à compreensão do resultado dessa interacção como algo com a natureza de uma geometria variável em que informação e estímulos geram padrões que têm sempre elevado grau de peculiaridade.

		repartidoras do espaço nacional imaginado.		<i>fitness</i> (e.g. CITO, Earthcaching).
<b>Espaços de Representação (espaço vivido)</b>	Valorização da Periferia e do Ermo. Geocaching como sincretismo entre múltiplas ligações ao lugar.	Convite a ver o familiar com outros olhos. Reprodução das representações do espaço (e.g. através do uso das ferramentas GIS disponíveis) e dos espaços representacionais sociais (e.g. replicando a importância de espaços míticos e históricos do património das respectivas sociedades).	Geocaching como comunidade <i>secretiva</i> .	Associações espúrias aos locais. Edificação de percursos temáticos. Natureza como re-criação e re-paração.

Notas: Reconvertido de Harvey (1989, p. 219; 2006, pp. 282-283), inspirado em Lefebvre (1991b) e em Cassirer (1962)<sup>131</sup>

Assim, relidas e adaptadas ao contexto das tecnologias locais estas quatro subdimensões traduzem-se em quatro ordens de preocupações:

- Compreender como a distância, à partida um elemento de “fricção” nas relações sociais pode ser contrariada através do emprego das plataformas locais (cf. esta discussão no quadro do FourSquare, p LXIV e seg.s) admitindo técnicas de “espaçamento” e “síntese” na asserção de Löw (2008) dentro de mundos-espelho em que os indivíduos constituem microcosmos através de processos de percepção, ideação e recuperação da informação. Espaços onde as pessoas se “sincronizam” umas com as outras criando atmosferas dentro de fronteiras tecnológicas relativamente limitadas e objectos reais e virtuais incorporam as relações. Compreender enfim como a tecnologia torna mais acessíveis lugares e interlocutores gerando formas de associação entre pessoas e objectos e como a “**distanciamento**”, na asserção de A. Giddens (Mirchandani, 2005, p. 100; Zieleniec, 2007, p. 178), é superada para acomodar a interacção social. A “**acessibilidade**” por seu turno reporta-se aos direitos de entrada e uso, envolvendo uma relação entre as pessoas e os recursos relativamente aos quais elas reclamam acesso (Jenkins & Pigram, 2003, p. 1).
- Compreender como a relação com a natureza material do espaço é afectada, seja em termos da disposição dos objectos e das suas propriedades concretas seja em termos das actividades e formações sociais que o habitam e procedem à sua “**apropriação**”, articulando a acção de grupos particulares (como os geocachers) com o enquadramento institucional e organizacional dos lugares e os conflitos que possam resultar de um espaço inscrito em camadas por vezes conflituantes nas quais o conhecimento íntimo dos locais, outrora função reservada e quase exclusiva da proximidade dos que os habitavam em contiguidade, colide com as formas lúdicas, gerando solidariedades virtuais que levam ao interesse e posicionamento inusitado de indivíduos que se afiguram como “estranhos no meu quintal”.
- Compreender como a representação do espaço através das ferramentas locais é alvo de interesses e reflecte processos de exercício de influência tanto dos grandes protagonistas que fornecem os instrumentos GIS, como dos actores que constituem parte interessada na venda de produtos ou serviços através deles como ainda, ao seu arripio, elas servem igualmente para perpetuar lógicas de poder nacional servindo de correias de transmissão de espaços monumentais e rituais simbolicamente inscritos. Como enfim as tecnologias locais são alvo de processos de “**dominação**” nas mais diversas

<sup>131</sup> É de notar que na grelha de 1989 Harvey mobiliza de forma algo confusa as categorias de Lefebvre (Goonewardena, Kipfer, Milgrom, *et al.*, 2008, p. 41), porventura em função da oclusão não explícita, na altura, com as categorias de Cassirer (cf. acima, nota 8, p.22), que subsequentemente rectifica. Concretamente, equivale “experiência”, “percepção” e “imaginação” do espaço respectivamente aos conceitos lefebvreanos de “práticas espaciais”, “representações do espaço” e “espaços representacionais” quando na verdade Lefebvre equivale práticas espaciais a percepção, representações do espaço a concepções do espaço e os espaços representacionais ao domínio social entrecruzado do espaço como simultaneamente vivido e imaginado. Subsequentemente rectifica a mão, assim, nas grelhas de 2006 (cf. nota anterior), de forma mais consistente, as “representações do espaço” surgem já associadas ao “espaço conceptualizado” e os “espaços de representação” ao “espaço vivido”.

escalas, culminando no plano pessoal do domínio da reclamação de capitais social, cultural e simbólico pela presença e pela associação às qualidades apercebidas dos lugares. No fundo como o GIS é estrategicamente manobrado para induzir distorções nas dinâmicas de distanciação e apropriação.

- Compreender como as tecnologias de informação e de representação digital do espaço se estabelecem enquanto sistemas alternativos de **produção** do espaço. O que na sua apropriação eminentemente lúdica corresponde a arvorá-lo em tabuleiro de jogo onde os jogadores se movimentam e onde os artefactos e a colocação das geocaches constituem instrumentos materiais de inscrição do simbólico, conjugando a sua dimensão concebida (imaginada) com a prática experiencial.

Tomando a repartição de Harvey como forma de operacionalização sugestiva e modelo de análise “bom” compartimentamos em conformidade a discussão subsequente em dois grandes eixos analíticos:

- **Dinâmicas de atribuição de significado**, na medida em que “apropriação e uso” e “produção do espaço” têm em comum serem essencialmente processos de inscrição de sentido, algo que no geocaching se faz através do consumo e da colocação de geocaches e do processo de selecção dos lugares que norteiam uma e a outra. No segundo caso, é nossa asserção, como forma de avaliar até que ponto o geocaching se insere no quadro do que Löw por seu turno definiria como processo de estruturação espacial e no primeiro como marca relativa ao *place attachment* (ligação ao lugar).
- **Dinâmicas de distância e deslocação**, na medida em que “acessibilidade e distanciação” e “domínio e controlo” são fundamentalmente funções da deslocação e da mobilidade (Kaufmann diria marcas de “motilidade”, i.e., da capacidade de apropriar a mobilidade) e da forma como estas são afectadas e selectivamente declaradas e mobilizadas, ainda que a discussão desta última componente se volte a recuperar subsequentemente na discussão da geocaching como prática social.

## 8.1 DINÂMICAS DE ATRIBUIÇÃO DE SIGNIFICADO

Compreender os sentidos atribuídos no geocaching aos lugares que os seus praticantes procuram, produzem e consomem envolve antes de mais aferir os denominadores comuns aos motivos e aos valores tipo que o seu discurso propala. Implica identificar o conteúdo do seu imaginário espacial e envolve, imediatamente, explorar a relação entre a actividade recreativa e a sua função reparadora e entre tecnologia e consumo.

### 8.1.1 DA CAMINHADA E DA IMERSÃO NA NATUREZA COMO FORMAS DE REENCANTAMENTO DO MUNDO. DO *JET* AO *LEG LAGGING*

O “recreio”<sup>132</sup> por analogia com o verbo “recrear”, constitui uma forma de “re-criação” (do latim *re creare*), seja de reconstituição das partes que dão forma a algo. Analogamente, “re-parar” é “voltar a parar”. Assim, como meta, “a *recriação* que permite o *reparo*” implica que o individuo se detenha dos afazeres que executa por dever e rotina e utilize o tempo-livre para se sintonizar com os ritmos naturais, circadianos<sup>133</sup>. Em fatia substancial das opções de lazer e recreio é por conseguinte fácil reconhecer uma

<sup>132</sup> Para o nosso fim usamos “lazer” e “recreio” essencialmente como sinónimos. É, no entanto, de notar que na literatura se pode encontrar uma subtil distinção entre ambos no sentido de admitir que no caso do “lazer” a actividade é o fim (passar o tempo livre) enquanto no recreio ela seria o meio. Por conseguinte, o “recreio” constituiria uma forma de lazer dotada de propósito e como tal socialmente melhor aceite – cf. Hurd e Anderson (2010, p. 9 e seg.s). A destriça tem utilidade sobretudo na medida em que permite recordar que nem todo o “lazer” gera a satisfação “reparadora” do “recreio”, tendendo o primeiro mais facilmente a ser equacionado em termos de “consumo”, como ocupação inócua e inautêntica. Cf. nota 112, p.131.

<sup>133</sup> Na história do pensamento do lúdico, a ideia de que o recreio serve para reparar energias é creditada a Moritz Lazarus, mentor entre outros de Simmel, o qual, em oposição a Frederic Schiller e a Herbert Spencer, para quem este era diversamente uma expressão da necessidade do organismo em queimar a energia excedentária,

prevalência da preferência por ambientes naturais (Jenkins & Pigram, 2003, p. 325) não sendo igualmente de estranhar que o próprio geocaching tenha como seu espaço ideal o espaço natural orientando-se boa porção do esforço dos seus praticantes por uma busca da sua descoberta e recuperação.

Algo que se encontra, entre outros, expresso em práticas e preocupações como:

- Na assumpção dos valores do conservacionismo através das acções CITO,
- Nos valores consagrados na adopção de máximas como: “*leave no trace*”<sup>134</sup> e “*cache in, trash out*”,
- Na promoção do *Earthcaching* a título de educação e sensibilização ambientais,
- Na existência de uma colação ao escu(o)tismo e de atracção por afinidade sobre os praticantes e as práticas deste (cf. excertos infra).

Desde criança sempre fui muito ligado à Terra factu potenciado pela desafiadora década que vivi no **escutismo** durante a minha juventude. (BH, GM 16)

O **escutismo** é um sistema de educação não formal onde as crianças e jovens são estimulados para a prática de actividades de ar livre, baseadas nos seus interesses. São privilegiadas as actividades que envolvem o contacto com a natureza, um rico ambiente de aprendizagem onde a simplicidade, a criatividade e o descobrimento estão aliados para proporcionar aventuras e desafios. (...). Nós somos influenciados pelo meio e a passagem pelo escutismo também me trouxe aprendizagens que nos moldam, sem nos apercebermos, a nossa forma de estar e de ser.

O meu percurso nos **Escoteiros** teve o seu início pelos 13 anos, no CNE e teve o seu término por volta dos 50 anos na AEP. Iniciei este modo de estar na vida (é assim que eu entendo o Escotismo: “um modo de ser e de estar”) como Escuta e acabei como Escoteiro. Fui Júnior, Sénior, Caminheiro (era assim que na altura se designavam os grupos etários), e mais tarde dirigente. Como dirigente fui Chefe de Unidade e de Agrupamento no CNE e por último Chefe de Grupo na AEP. (SM, GM 9)

A declaração dos valores do “ambientalismo” e do “conservacionismo” revelam todavia uma capacidade de mobilização na prática insignificante (veja-se no Quadro 8.4 a proporção muito reduzida das caches CITO no cômputo geral dos eventos bem como no Quadro 8.3 a colocação em média em sétimo lugar deste tipo na ordem de preferências) e como referentes de conduta cívica estes surgem desproporcionados sendo impassíveis de explicar como a esmagadora maioria dos geocachers manifestam uma orientação mais genérica para com o “sítio natural”, expressa esta por exemplo na resposta à questão em que se pedia para ordenar a preferência pelo “Tipo de local mais aprecia ao fazer uma geocache”, na qual se constata predomínio da opção “Conhecer um novo local ou sítio natural” em primeiro lugar com 66,3% das respostas (Figura 8.1). Atente-se ainda nos excertos de declarações de geocachers que a seguir se reproduzem.

O que tem de bom nestas expedições é que **estamos por nossa conta e risco e a sensação de ligação à natureza e aos seus elementos é enorme**. Soube tão bem assistir ao nascer do sol e estar a beber um café feitinho no pequeníssimo fogão que transportava, nas Lagoas do Marinho envolvido pela imensidão geresiana. Depois foi só atravessar soberbos vales e galgar altas montanhas para me juntar ao evento e conviver com malta animada. Após o evento os convivas partiram. Ficámos nós, eu e o António, em plena serra por onde andámos a explorar e onde pernoitámos no prado da Rocalva. O dia seguinte foi estupendo porque visitámos grandes topos. (FR, GM 6)

---

introduziu uma distinção entre as energias física e mental relacionando a necessidade da variedade nas actividades de forma a restabelecer a segunda, mesmo quando a primeira era alvo de consumo. A visão spenceriana continua, não obstante presente nas teses catárticas, de acordo com as quais a competição nos jogos serve de válvula de escape para a tensão acumulada. Tal é por exemplo a função atribuída nalguma teoria das relações internacionais a eventos como os jogos olímpicos ou os campeonatos internacionais de futebol, em que os estados se confrontam no campo de jogo, sublimando por delegação nos atletas os conflitos/tensões que os separam. Cf. Carlisle (2009, p. 754).

<sup>134</sup> De facto, cooptando a prática sugerida no título do manual oficial da Sociedade (Norte) Americana de Pedestrianismo (Harmon, 1997).

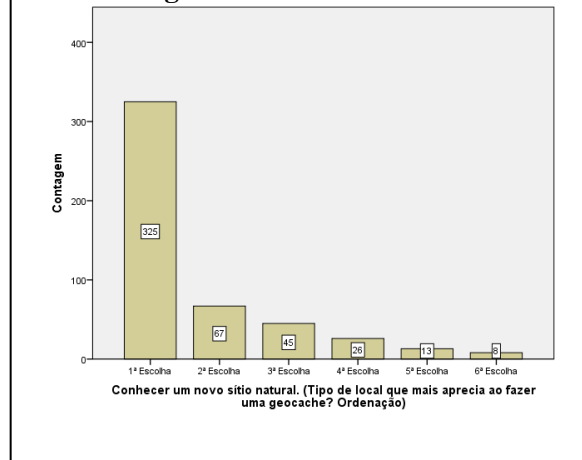
[do geocaching] leva-se o cheiro das folhas esmagadas, o gosto da água dos riachos, a textura da rocha, o ranger do cascalho e da areia debaixo das solas, o voo dos pássaros, o barulho da água a cair, **resumindo: muitas arranhadelas, grandes canseiras, vistas largas, lugares deslumbrantes.** (SM, GM 9)

Para além da subida, que representa **um certo abandono civilizacional no tempo e no espaço** e ainda uma viagem de redescoberta individual, o objectivo era depois pernoitar no Cântaro Magro, para assistir ao nascer do sol, num momento ou ritual de iniciação (FC, GM 9)

Enquanto percorríamos os trilhos centenários que levavam dali à aldeia abandonada de Broas sentíamos o já habitual prazer da descoberta, **desfrute da Natureza e da paisagem**, mas com um motivo adicional, a descoberta de algo novo (CL, GM 14)

Cresci numa aldeia, rodeado pela natureza, e desde cedo ganhei o **hábito de me imiscuir nos seus meandros**. Para mim, ter a oportunidade de vivenciar a natureza e não o aproveitar ou valorizar é que não faz sentido. (VC, GM 11)

**Figura 8.1 – Ordem de preferência por um "sítio natural" como tipo de lugar para fazer uma geocache**



Como o espaço “natural” ideal seja o espaço “intocado” e como tal mantido, as áreas protegidas, nas suas diversas nomenclaturas, constituem o seu arquétipo. Assim, operámos um exercício de categorização das geocaches, como inscrições de pontos de atracção, consoante colocadas dentro dos polígonos das áreas enquadradas sob supervisão do Instituto de Conservação da Natureza e da Floresta, consoante a informação geográfica por este disponibilizada.

Se 8,88% do território de Portugal Continental (791965 de 8910000 hectares) está enquadrado como área alvo de protecção natural, este espaço encerra 9,87% das geocaches (5139 de 52 mil, no início de Agosto de 2015), com destaque para o Parque-Natural de Sintra Cascais que, contíguo à zona da Grande-Lisboa, não só é o maior alvo de interesse, reunindo dentro do seu perímetro o maior número de caches em termos absolutos (785) como exibe uma das maiores densidades em função da área (1 cache por cada 18,4 hectares), sucedendo-lhe a Serra da Estrela, a Arrábida e o Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros, respectivamente.

Noutro exercício complementar, se comparamos o interesse suscitado pelo geocaching pelas áreas directamente tuteladas pelo ICNF com o respectivo número de visitantes, aferido pelo indicador possível: o número de visitantes que contactaram os edifícios com serviços de apoio e informação ao público, podemos constatar uma inversão de posições, emergindo o Gerês em primeiro lugar, no ano de 2014, com 23% (81924) do total das visitas e surgindo Sintra-Cascais na sexta posição, com apenas 19620 visitantes. A comparação revela alguma imperfeição no instrumento estatístico usado pelo ICNF, registando-se lacunas e uma depressão no decurso do ano de 2008 que poderia merecer interesse a alguém debruçando-se sobre os hipotéticos efeitos da crise económica nos hábitos de lazer, sendo ainda certo e seguro estar o número de registos dependentes da própria visibilidade das infra-estruturas e do zelo dos que nelas trabalham, permite ainda assim confirmar a ideia em como boa porção da imersão geocacher na natureza se traduz em *intermezzos* de excursionismo, naturalmente direccionados para o mais próximo/imediato.



Torna-se assim necessário procurar a relação do geocaching com esta predilecção perseguindo outras veredas e entre estas, é nossa convicção, em função de dois grandes pólos de motivação:

- A caminhada como jornada de descoberta interior
- A imersão na natureza como reparação

No que diz respeito ao primeiro tópico (veja-se ainda a relação histórica entre o geocaching e os diversos tipos de pedestrianismo, p. XLIX), viu-se que a mobilidade não é compreensível sem as suas contrapartidas: o sedentarismo e a imobilidade, especificamente as inúmeras razões que a vida contemporânea nos oferece para não nos deslocarmos e de forma mais específica para não fazermos exercício físico nem caminharmos. Neste último sentido, Le Breton (2000, 2001), professor de Sociologia na Universidade de Estrasburgo, fornece *a contrariu sensu* uma visão complementar à tese da mobilidade de Urry que merece ser aqui invocada para compreender a atracção das práticas de deslocação e actividade física que o geocaching proporciona.

A ideia de que na sociedade contemporânea os indivíduos estão em permanente deslocação parece bastante evidente até ao momento em que sobre ela reflectimos mais atentamente. É verdade que a acessibilidade dos transportes, seja públicos seja através da crescente propriedade do automóvel, significa que os indivíduos vivem um horizonte espacial que vai muito além da mera vizinhança e que para a generalidade tal significa viver e trabalhar em locais bastante distintos, implicando “comutações” diárias (que no caso da nossa amostra apurámos corresponder a uma mediana de 15 Km, feitos em 75% dos casos em automóvel próprio, consumindo até 35 minutos). Não obstante, a generalidade destas deslocações costumeiras implica movimento instrumental sem que necessariamente este tenha substância ou permita retirar “satisfação” (bem pelo contrário, para a maioria ele é encarado com resignação, como uma inevitabilidade que se lhes fosse dada escolha evitariam). O indivíduo que se desloca entre casa e o trabalho, dentro do seu veículo, se habita num grande centro urbano, mais provavelmente concentrará o grosso da sua atenção na estrada e no tráfego e se viver num local mais pacato tenderá ainda assim a percorrer com crescente indiferença e habituação a mesma estrada, deparando-se com as mesmas curvas e os mesmos entroncamentos a ponto de progressivamente esta deslocação se lhe tornar indiferente, sendo mais facilmente absorpta a atenção ora para a audição do rádio ora para o telemóvel.

A vida contemporânea é uma vida gregária e o facto de a deslocação ser maioritariamente levada a cabo em transporte próprio, significa que o indivíduo a empreende sentado. Em termos civilizacionais, o homem nunca esteve tão “parado”, nem nunca teve tão pouca necessidade de consumir energia num instante em que as necessidades básicas (*e.g.* outrora ir buscar água a um fontanário ou complementar a economia doméstica mantendo um “quintal”) estão acauteladas por interpostos provedores de serviços.

Le Breton (2001) salienta assim que o corpo humano é presentemente um “corpo estranho”<sup>135</sup>,

<sup>135</sup> Em sentido vão análogo vão as análises tanto de M. Featherstone e co-autores quanto à posição do corpo na cultura de consumo (Shilling, 2005, pp. 170-196) como de Lefebvre (1991b, p. 407). O último denuncia os actos de “traição” e de “negação” do corpo na filosofia ocidental, salientando que “o corpo vivo, sendo simultaneamente um ‘sujeito’ e um ‘objecto’, não pode tolerar tal divisão conceptual” ao mesmo tempo que enfatiza que essa dualidade é uma sensualidade, isto é, que o corpo não é fenomenologicamente separável da experiência concreta de imersão no espaço-mundo - *cf.* Simonsen (2005).

com o qual se mantém uma relação ambivalente e frequentemente desconfortável, surgindo nos Média como algo que insiste em ganhar peso e que precisa de ser dominado, cintado, maquilhado e domesticado num clube de *fitness*, “parte excedentária do homem que as próteses técnicas se esforçam por acomodar, consumindo as actividades do sujeito mais energia nervosa do que corporal”.

Neste quadro o pedestrianismo, seja a caminhada a pé, apresenta-se-lhe, ainda que com a veia de um panteísmo excessivamente poético (mais propriamente “geopoético”) mas sem dúvida significativo, como uma forma compensatória de contrariar a erosão de si; uma em que **a *flânerie* tendo sido convertida pelo *homo faber* (cf. acima, p. 131 e seg.s) e pelo taylorismo numa forma depreciativa de “vagabundagem” é recuperada “como escolha e forma de resistência à neutralização técnica do corpo”.**

Conquanto a indústria turística devolva muitos lugares ao consumo, esta devolução rapidamente os banaliza pelo que a diferenciação e a satisfação procuradas no geocaching como forma de lazer se explica também por uma vontade cinestésica de regresso à natura, como estrépito contra a artificialidade da paisagem urbana. “Os caminhantes são indivíduos que aceitam sair durante algumas horas ou dias do seu automóvel para se aventurar corporalmente na nudez do mundo”, representando a caminhada “o triunfo do corpo com tonalidades diferentes segundo o grau de liberdade do caminhante (...) ela leva à sensação de si, ao frémito das coisas e restabelece uma escala de valores que as rotinas colectivas tendem a diluir” (*op. cit.*, p.9).

A caminhada constitui assim, diríamos, por analogia ao dito movimento da *slow food* como reacção à *mcdonaldização* (Miele & Murdoch, 2010), um movimento de *slow time*<sup>136</sup>, em que durante um período o caminhante experimenta libertar-se do tempo estruturado, emergindo no silêncio das serras e dos vales segundo uma ética de exploração e de curiosidade congruentes com o ideal de formação pessoal através do calcorreamento espontâneo e auto-orientado; presente na *blague* geocacher de que o melhor atalho entre dois pontos é aquele que se constrói de improviso, em linha recta, através do mato.

Como actividade lúdica o pedestrianismo e o desbravamento de trilhos que ele propõe comunga com a orientação enquanto modalidade a **passibilidade de converter o acto da navegação num processo activo, numa deriva que ao contrário das deslocações comuns encerra a promessa de surpresas e descobertas e durante as quais o marchante adopta um comportamento de progresso-paragem ritmado não pelo tráfego mas a bel-prazer, assumindo prazenteira e provisoriamente a possibilidade de ser o mestre dos seus próprios passos.**

Como acto de *flânerie*, por seu turno, a deslocação caracteriza-se inerentemente pela troca de olhares, pela contemplação alheia, seja directa, seja, no caso do *dandy* utilizador de meios digitais, indirectamente, através da narrativa, do registo fotográfico e das *selfies* produzidos tendo em vista o

<sup>136</sup> Consistentemente, nos termos de Kaufmann e Montulet (2008, pp. 40-42), pode-se ainda ver no geocaching um tipo de “mobilidade incursiva” (i.e., que procede por “incursões”), característica do espaço dos fluxos, em que, no plano do lazer - contrastando com o plano profissional, em que o objectivo da “mobilidade cosmopolita” é encurtá-lo - para o jogador, cobrindo a extensão do mundo, a descoberta das particularidades dos lugares constitui uma forma de “re-tomar” e controlar “o seu tempo”. “Tais pessoas acham importante descobrir espaços mantendo simultaneamente a natureza volátil da sua ancoragem (...) O tipo incursivo é entusiástico acerca da tecnologia, que lhe permite chegar a novos espaços, vistos como parte integral da oportunidade, e não como suporte do seu trabalho”.

vislumbre nos ecrãs. Caminhar é, por conseguinte, um acto tendencialmente acompanhado ou em que pelo menos o “sentido do outro” está presente; de afirmação da subjectividade pelo cotejo, ainda que silencioso. No caso dos meios locativos, mais do que isso, a navegação assistida pela tecnologia, o manuseio dos GPS de forma a empreender uma jornada cujo destino e sobretudo cuja rota nem sempre é conhecida de antemão e precisa de ser desbravada constitui uma excelente oportunidade para a actividade social. Nesse caso, **o artefacto tecnológico não se limita a mediar informação ele constitui igualmente um foco de atenção e um pretexto para a actividade cooperativa** em que, na busca de uma cache, movendo-se numa *team*, a função de guia ou de “pitonisa” que descripta a informação e o significado das setas e das curvas de nível a partir da interface do dispositivo GPS, tentando cotejá-los e ao ambiente circundante, de forma atenta, com as “pistas” dadas pelo criador da cache, constitui uma função que tanto pode ser alternada como intermutada. Os elementos e as regras dadas pelo jogo estruturam e ancoram assim a interacção e o diálogo dos actores-participantes.

Se a deslocação da tarefa de navegação para o GPS, para os TomToms, MeoDrives e Google Maps é uma “derrota” e uma entrega da autarcia e da faculdade da decisão ao critério programático da máquina, **o geocaching vem conferir ao emprego da tecnologia uma margem de liberdade e apropriação criativa. Os dispositivos computacionais constituem nele um apoio em que o GIS revela quase tudo, mas que ainda assim não basta.**

No tocante ao segundo tópico, a possibilidade da imersão na “natureza como reparação” e forma de re-criação, a literatura sobre **psicologia ambiental** - entre ela veja-se designadamente os trabalhos de referência de Kaplan e Kaplan (1989) e de Proshansky, Fabian & Kaminoff (1983) - é manifestamente pífia na medida da sua incapacidade de fornecer um modelo concreto dos processos passíveis de explicar a relação entre a acção relativamente aos locais e a identidade dos agentes (Twigger-Ross & Uzzell, 1996), pautando-se seja por um horizonte espacial de proximidade (Hidalgo & Hernández, 2001), inadequado quanto estão em causa fenómenos de mobilidade, seja por uma certa comunhão de entusiasmo com o objecto em estudo, declarativa mas pouco substantiva. Eminentemente filiada numa perspectiva cognitivista tende a entender a relação do indivíduo com o meio em função de processos de troca e construção de informação consistentes em Sociologia com a “definição da situação” em Goffman sem, porém, lhe acrescentar muito além da colocação da ênfase nos estímulos e materiais visuais.

Assim, a sua mobilização, quanto muito, permite aduzir que, se a paisagem é mais do que reconhecimento e enumeração e se para que ela faça sentido para o deambulante é necessário que os seus atributos sejam mentalmente organizados, então as ferramentas geoespaciais ajudam literalmente a “completar o panorama”, dotando a vista de significado - *e.g.* o caso da forma de realidade aumentada proposta pelo Layar (Gazzard, 2011), bem como as inúmeras aplicações que analogamente conjugam a bússola, os sensores de inclinação, o GPS e a câmara dos *smartphones* de forma a oporem camadas de informação contextual directamente sobre a imagem do ambiente circundante, mediante a deslocação do dispositivo em redor.

Para o peão que experimenta a imersão no trilho em meio natural como exercício de lazer e recreio, tipicamente ao fim-de-semana e em férias, ele constitui apesar de tudo uma mudança substancial

face às calçadas da cidade. A renovação de horizontes é saudada como estimulante, mas pode igualmente ser desconfortável.

Para fins de lazer, a natureza é tanto mais interessante quanto simultaneamente mais aberta e menos estruturada, permitindo o acesso e circulação fáceis. Na sua forma densa ela é assustadora e invoca sentimentos de insegurança (temor de encontros imprevistos com a vida selvagem, do confronto com as agruras da vegetação, temor de se "perder" etc..). Se a "vista" é geralmente apercebida como "boa" já a densidade do "mato" (seja, a imersão fora do "carreiro" pré-calcado) é por muitos vista como desafiante.

Compreende-se assim que o geocaching não seja vivido de forma uniforme pelos seus participantes. O pano de fundo constituído pela promessa do insólito é abraçado em distintos gradientes por distintos perfis: desde o "geocacher radical", tipicamente um jovem do sexo masculino, que se compraz em acções relativamente especializadas e arriscadas, pressupondo preparação, equipamento e técnica até aos praticantes mais timoratos, adeptos daquilo que no jargão da actividade é conhecido por cache tipo *drive in*, assim designada à semelhança dos serviços disponíveis nalguns restaurantes de *fast food* em que se conduz o carro até ao local e se recupera o repasto sem dele chegar a sair. Algo que o primeiro perfil tenderá a desdenhar como aburguesamento execrável e forma menor.

À semelhança da psicologia ambiental, os estudos do "recreio fora de portas" (*outdoor recreation*) por seu turno constata, mas não explicam satisfatoriamente porque é que as pessoas se viram para a natureza. Tomando este facto como estando ele próprio por assim dizer "na natureza das coisas", mostram-se mais preocupados em desenvolver uma perspectiva aplicada em como efectuar o ordenamento e gestão dessa procura (Jenkins & Pigram, 2006; Pigram & Jenkins, 1999).

Para posicionar o problema perante a sociedade contemporânea e o uso que ela dá aos meios de comunicação, compreendendo ao mesmo tempo como através do consumo os meios locativos permitem conciliar os pólos tipicamente opostos da "Natureza" e da "Tecnologia", devemos em alternativa socorrer-nos de Gabriel (2004)<sup>137</sup>, mediante a particular oclusão que ele opera entre Ritzer (1993; 2010c, p. 268 e seg.s; 2010d), Bryman (2004a), Sennett (2000, 2006), Smelser (1998) e Foucault (*cf.* p.27 e seg.s). Entre, respectivamente, as dialécticas de desencantamento e reencantamento do mundo no quadro da sociedade de consumo globalizado e os instrumentos de monitorização e vigilância a que indivíduos estão nela a um tempo sujeitos e dotados/capacitados, salientando que a ambivalência e a repartição entre o homem capaz de escolhas racionais e o homem dirigido por emoções é um processo perene e que o aparente dilema existencial contemporâneo entre a liberdade e a comunidade, entre a independência e a dependência de subtis formas de hegemonia e controlo ideológico e cultural operando discursivamente através de sistemas de classificação (de que verosimilmente as plataformas sociais constituiriam parte) e entre um indivíduo votado ao aparente exercício de narcisismo num universo de crescentes laços fracos, dominado pela imagem, pela fantasia e pela superficialidade e a possibilidade

---

<sup>137</sup> Apontando no mesmo sentido, podem-se ainda invocar as articulações entre os valores românticos e o espírito do consumismo empreendidas por Illouz (2007) e por Campbell (1989), bem como os paradoxos da individualização como auto-realização organizada, promovida pela modernização capitalista, identificados por Honneth (2012, pp. 153-190).

de “viver uma vida com maior sentido” (Ritzer, 1999, p. 217). o que quer que isso possa significar, é um dilema longe de ser novo.

À “gaiola” ou “malha de ferro” weberiana em que o indivíduo se veria manietado em função da racionalização crescente da vida social, movida pela pura lógica dos fins e da eficiência – “uma ordem crescentemente burocrática em que todas as formas de gozo espontâneo da vida social são impiedosamente expurgadas” (Weber, 2001, p. xviii), uma vez que depois de mobilizado o ideal do ascetismo foi descartado pelo capitalismo e “os bens materiais ganharam um crescente e finalmente inexorável poder sobre as vidas dos homens” (Weber, 2001, p. 124) - sucederá assim contemporaneamente uma “**gaiola de vidro**”<sup>138</sup>. De vidro na medida em que adopta a qualidade do panóptico “agindo como metáfora para a formidável maquinaria de vigilância contemporânea, uma máquina que mobiliza toda a casta de tecnologias, electrónica, espacial, psicológica e cultural” (Gabriel, 2004, p. 66)<sup>139</sup>.

Se o “ferro” constituía uma metáfora para a racionalidade formal, mediante as suas qualidades de transparência, à semelhança das qualidades do espelho (*cf.* acima, p. 29), “o vidro enfatiza a importância da exibição emocional e das aparências”. No universo laboral tal significa que conquanto o trabalhador secundário visse medida a sua produtividade pelo número de “peças” elaboradas, o trabalhador precário terciário contemporâneo – de que os assistentes dos inúmeros “centros de

---

<sup>138</sup> Descentrado do universo laboral, em termos mais amplos, no plano da prossecução de práticas e crenças com as quais os indivíduos tentam empreender um esforço de “cuidar de si” (no sentido foucaultiano atribuído às *tecnologias do self*), os termos deste debate são de resto aparentáveis com a discussão da modernidade racional-normativa como estando sob pressão da irracionalidade, tema presente na Escola de Frankfurt (Adorno & Crook, 2002) em que compreensivelmente emerge em função dos eventos em que a sociedade alemã se viu imersa durante a II Guerra Mundial até mais próximo de nós em obras e preocupações como as do *best-seller* do popular divulgador científico Carl Sagan (1995), *The Demon-Haunted World*. Para esta linha interpretativa o modelo técnico-burocrático de organização estaria ameaçado, registando-se com o seu abandono uma deriva para longe do pensamento científico, rumo aos domínios compensatórios do misticismo, do oculto e do obscurantismo expressos no interesse por temas como teorias da conspiração, ufologia e toda a sorte de artes divinatórias e terapias alternativas entre as quais é comum registar-se uma recuperação de formas de animismo neopagãs, incluindo elementos do cultos célticos do Sol e da Natureza (*e.g.* as crenças *wiccans*) e com certa frequência misturas sincréticas singulares que, rejeitando os valores da cultura cristã, integram elementos de aparente novidade das religiões orientais (tais as crenças ditas teosóficas de Helena Blavatsky e antroposóficas de Rudolph Steiner, disseminadas por uma pluralidade de seitas) ou mesmo espíritas (como no caso da assim dita Conscienciologia, de origem brasileira). Em comum eles têm a rejeição do pensamento racional como desumanizante, propugnado em alternativa pela importância da emotividade e pela oposição ao modo de vida urbano como alienante, promovendo o regresso e a proximidade à “Terra-mãe” – nas diversas ramificações de tal preocupação, em estilos de vida alternativos nos quais práticas como o vegetarianismo e a vida comunitária têm lugar - como formas alegadamente balanceadoras. Esta linha de pensamento não tem não obstante colação no caso. Como actividade em que a tecnologia desempenha um papel central, o geocaching logra conciliar panteísmo e modernidade, campo e vida urbana reunindo indivíduos que se mostram confortáveis em ambas as esferas e como tal pode ainda ser visto como um desiderato demonstrativo da possibilidade de conciliação e de como dentro dos mecanismos da modernidade é possível encontrar formas compensatórias a contento, em que máquinas e ideal pastoral (Marx, 2000) coexistem, sem ruptura radical.

<sup>139</sup> Fuchs (2008, p. 143 e seg.s) formula-o alternativamente como passagem de uma sociedade disciplinar operando através da hierarquização, separação e vigilância para uma sociedade em que a dominação opera através do autocontrolo, da identificação e de um modelo de “inclusão integrativa” (de internalização da disciplina), em que as empresas em rede instituem a cooperação como ideologia segundo um modelo de gestão que tem como expectativa que “os indivíduos no capitalismo pós-fordista sejam flexíveis, dinâmicos, ágeis e que se identifiquem com a corporação, divertindo-se a trabalhar” (*op. cit.*, p.150). As multinacionais em rede operam assim segundo um paradoxo: descentralização da produção e da gestão e incenso da flexibilidade laboral de um lado e centralização do capital e controlo financeiro do outro. A primeira é um pretexto secundário ao segundo.

atendimento ao cliente” são exemplo - vê mensurada a qualidade do seu trabalho pela “simpatia” e pela quantidade de sorrisos que dispensa no atendimento, num universo de práticas organizacionais em que a exposição e a “visibilidade” surgem reforçadas por infinitos mecanismos de “controlo de qualidade” e da “satisfação do cliente” acompanhados de sessões de “formação”, treino e auto-avaliação em grupo que fazem com que “a auto-apresentação e o processo auto-reflexivo sejam eles próprios alvo de gestão de modo a encaixar-se nos objectivos das companhias, associados a noções de autodesenvolvimento e auto-actualização” (Adams, 2007, p. 84).

**No plano extralaboral e da ocupação do tempo-livre, as plataformas locativas e as redes sociais em geral mimetizam a lógica de transparência constituindo locais de exibição, expressão e afiliação emocional; locais onde se está para ver e ser visto. Como formas de “encantamento do mundo”, elas configuram propostas capazes de eludir os espaços das típicas “catedrais de consumo”, permitindo escapar aos respectivos átrios, lugares em que a “Natureza” se apresenta “podada”, “envasada” e inerentemente limitada, em busca de “*the real thing*”, sem, porém, se furtarem à dinâmica e à atracção essencial dos bens, dos *gadgets* como instrumentos necessários às fugas e dos *badges* como elementos diferenciadores e *tokens* de sucesso.**

A busca dos lugares naturais como forma de reencantamento do mundo surge por conseguinte associada ao consumo<sup>140</sup>, dos lugares e dos instrumentos tidos por necessários para neles submergir, sendo esta imersão ainda assim frequentemente feita preceder da digressão pelas ditas “sés”, onde se chegam a potenciar inopinados encontros entre os trânsfugas, como dá conta o relato de um geocacher, em vésperas de fazer uma descida organizada a uma gruta:

Como era aconselhado o uso de um capacete, lembro-me de ter ido na noite anterior à procura de um à Decathlon. Achei engraçado alguém estar a fazer exactamente a mesma pergunta ao empregado da secção. No dia seguinte, desfez-se o mistério. Era o Páscoa, do Porto! Não o conhecia, nem dos *logs*, nem das fotografias. (SF, GM 17)

A par da actividade desportiva por recreio, as actividades associadas aos espaços naturais instituem um mercado próprio de que cadeias de retalho especializadas como a Decathlon ou a SportZone, afiliada ao Grupo Sonae, retiram partido, vendendo todo o vasto espectro de utensílios, das “botas de caminhada” aos “impermeáveis”, das tendas e do equipamento de campismo às canoas, dos bastões aos mosquetões, do repelente de mosquitos ao protector solar, dos cantis às “barras energéticas.” Mas também cadeias como a FNAC, a MediaMarkt e outras que tais nas quais dispositivos crescentemente miniaturizados, tendo começado com os relógios Swatch por dar novas roupagens a um instrumento obsoleto, substituem agora o lugar por ele deixado vago no pulso integrando, à semelhança dos Apple Watch e do Samsung Galaxy Gear Watch, sensores de interconectividade crescente, propondo desde a contagem de passos à monitorização do ritmo cardíaco que fazem a alegria do “dandy de dados” (Lovink, 1997), fornecendo para alguns motivo de paródia, como prelúdio à aurora do *everyware* (Greenfield, 2006).

Debruçando-se sobre o olhar de classe nas actividades desportivas por lazer, entre as quais a

---

<sup>140</sup> Para uma síntese das linhas de pensamento correlacionando natureza e consumo veja-se Paterson (2006, pp. 113-141). Laborando dentro da moldura lefebreaana, Smith (1990), por seu turno, elucida como ela é crescentemente um artefacto, alvo de produção material para servir propósitos económicos.

caminhada, como forma distintiva de formação do sentido do “gosto” associado aos diferentes estilos de vida e correspondentes práticas de consumo, Bourdieu nota que as práticas dos diferentes estratos mormente económicos tendem a distribuir-se de acordo com uma série de oposições parcialmente redutíveis umas às outras, entre as quais a entre as formas mais dispendiosas e mais baratas de levar a cabo cada actividade

Com base nos dados de que dispõe, faz assim equivaler o interesse pelo montanhismo (no geocaching o tema da “serra”, conquanto em Portugal as “montanhas” sejam raras) ao “ascetismo aristocrático” da classe dos professores em que **o acesso aos trilhos reservados e relativamente exclusivos fornecia com um mínimo de custo económico “a máxima distinção, distância, peso, elevação espiritual, através do senso de dominar simultaneamente o próprio corpo e a natureza inacessível a muitos”** (Bourdieu, 1984, p. 219).

Identifica igualmente uma “contracultura” composta por membros da pequena burguesia em que inclui a título de exemplo fotógrafos, *designers*, publicitários e jornalistas que “importa frequentemente da América” novas formas de actividades antigas (ciclismo, *trekking*, *cross-country*...) tendo em vista gerar formas de **“elitismo do homem pobre”**, próximo da classe dos ensinantes, mas mais “ostensivamente fora das convenções”, reactivando o culto do natural, do puro e do autêntico. Uma contracultura cuja verdadeira essência se revelaria mais facilmente através do equipamento que empregava para os seus fins e notavelmente, na década de setenta do século passado, as “máquinas fotográficas” (Bourdieu & Boltanski, 1990) - como o tipo de “*gadgets* sem os quais não pode haver um regresso natural à natureza” (Bourdieu, 1984, p. 220)– algo que, no recorte da prática (o interesse pela fotografia) hoje poderíamos fazer equivaler na Internet às partilhas empreendidas em sítios como o nacional olhares.com mas em que, mais do que isso, o GPS parece para fatia substancial ter tomado o lugar da câmara como marcador.

Por conseguinte, é através do consumo que o “reencantamento” de Ritzer encontra o *habitus* de Bourdieu, de acordo com o qual “a sistematicidade encontra-se na obra operada porque está no modo de operar. Encontra-se em todas as propriedades (qualidades) – e na propriedade (posse) – com as quais os indivíduos e os grupos se rodeiam (...) e nas práticas em que eles manifestam a sua distinção (...) apenas porque está na unidade sintética do *habitus*, o princípio unificador, generativo de todas as práticas. O gosto, a propensão e capacidade de apropriar (material e simbolicamente) uma dada classe de objectos ou práticas classificadas e classificatórias é a fórmula generativa do estilo de vida, um conjunto unitário de preferências distintivas que convém a mesma intenção expressiva na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos - mobília, roupa, linguagem ou gestos e posturas corporais” (Bourdieu, 1984, p. 173).

Três décadas e meia volvidas pode-se afirmar que os dados que recolhemos continuam consistentes com Bourdieu. A qualificação escolar acima da média, o elevado peso relativo das próprias profissões ligadas ao ensino e notavelmente a adopção do geocaching por parte de uma actualizada classe dos ditos “operadores simbólicos” da nova economia, entre os quais programadores e trabalhadores na indústria dos serviços de telecomunicações, como protagonistas pivô, revelam que

como reempacotamento de uma série de práticas ao ar livres que lhe pré-existem (notavelmente o pedestrianismo, a orientação e o *letterboxing*), o geocaching, de resto também ele “importado da América”, perfila-se como uma **atividade com elementos “não convencionais” e deliberadamente à margem, de contracultura, em que o espaço natural constitui uma forma de re-criação que reconcilia o indivíduo com o trabalho mas também com o seu sentido de distinção social, fornecendo-lhe acesso a espaços restritos de cujas propriedades de exclusividade, conhecimento e acesso procura imbuir-se.** Quando assim não é, o tema da “massificação” sobre o qual nos debruçamos adiante, surge como reacção epidérmica à invasão dessa “reserva” de exclusividade e afiliação simbólica em que as “propriedades” e a “propriedade” da tecnologia deixaram de constituir elemento suficientemente diferenciador.

Correndo o risco de ser tomados por provocatórios poderíamos mais ainda filiar nele uma forma de **“motilidade do homem pobre”** (nos termos bourdesianos, de um estrato eminentemente “pequeno burguês”, com ambições e capital cultural e necessariamente com alguns meios que, porém, ainda assim, reflectem a posição do PIB *per capita* nacional e o valor do respectivo salário mínimo, por exemplo no concerto da União Europeia ) em que, à semelhança da proposta “vá para fora cá dentro”, se permite com um mínimo de meios e notavelmente mediante o usufruto do automóvel próprio, um vislumbre da facilidade de deslocação das afluentes elites cosmopolitas, transmutando a *jet-lagging* numa espécie de *leg-lagging*, em que sensação de desregulação do tempo entre fusos horários é substituída pela paradoxal satisfação da acumulação de ácido pirúvico nas pernas.. De alguma forma, a “ambição” para que o interesse pelo especial tema da viagem ao estrangeiro remete, ainda que os dados recolhidos indiciam que para a generalidade esta tenda a ter escopo limitado (*cf.* abaixo, p.202).

### 8.1.2 DO LUGAR COMO MARCA IDENTITÁRIA E DE COMO A TECNOLOGIA LOCATIVA CONCILIA ROTAS E RAÍZES

“Um Local (com “L” grande, não esquecer) é um sítio onde há algo interessante para ver ou conhecer, é um sítio com História, um sítio que não conheceríamos se não fosse o geocaching a levar-nos lá. É isso que define uma boa cache.” (CC, GM14, p.71)

O desenvolvimento e interesse pela tecnologia GPS são paradigmáticos da importância dos meios tecnológicos que permitem a comunicação ubíqua nos alegados “modernidade” (Wagner, 2001) ou “capitalismo” (Jameson, 1991) “tardios”, em que as redes indivíduo-a-indivíduo se tornaram na forma arquetípica da organização social e técnica denotando amplas interconexões entre pessoas, grupos, máquinas e repositórios de informação (Lievrouw & Livingstone, 2006, p. 24). Combinadas com dispositivos dotados de sensores do ambiente bem como com a disponibilidade crescente de fontes de acesso a fotografia aérea e por satélite, as tecnologias de localização convidam de uma forma evidente os indivíduos ao exercício de construção de uma **mundivisão** como “domínio dado à mensuração e execução, com o propósito de ganhar um sentido de controlo sobre o todo”, na expressão de Heidegger (Coyne, 2010, p. 150; Heidegger, 1967) que não só permite obter uma imagem do mundo como conceber o mundo como uma imagem (Dreyfus & Wrathall, 2005, p. 185)<sup>141</sup> e em que a nossa compreensão e

<sup>141</sup>Alternativamente Lash e Urry (1994, p. 54 e seg.s) e Urry (1995, p. 145 e seg.s) empregam a expressão



relação com os locais é parte integral da nossa existência.

A tecnologia mormente de comunicação locativa distingue-se assim por responder ao anseio de nos orientarmos e de conhecermos a nossa posição no ambiente alargado, de desenvolvermos o sentido do lugar nele, possibilitando simultaneamente o encontro de e a hibridização tanto dos espaços (físico e comunicacional) como das identidades (alternativamente do local e dos indivíduos que o cruzam), “creolizando-os” na expressão do precedente aberto pelo trabalho de Gilroy (1993)<sup>142</sup> no seu estudo da cultura afroamericana, permitindo um encontro e uma conjugação entre “rotas” e “raízes”, entre percursos e motivos de identificação e projecção individuais e sociais/colectivos<sup>143</sup>. Mais do que nunca, deixou assim de haver lugares com significados ou identidades “puros”. O seu significado arvora-se e constrói-se pela assimilação de elementos das identidades do local e dos indivíduos que o cruzam, pela **“identidade do lugar”**, pela **“identificação com o lugar”**, mas também pela **“ligação ao lugar”** (Altman & Low, 1992; Hauge, 2007; Relph, 1976, p. 44 e seg.s).

Assim, no encontro com a tecnologia locativa, Monsanto, de “Aldeia mais Portuguesa de Portugal”, converteu-se num “Power Trail” e a “identidade do lugar”<sup>144</sup> tornou-se numa experiência tanto mais detalhada e variável quanto maiores sejam as camadas informativas potencialmente opostas pelos utilizadores dos meios de comunicação locativos (no exemplo a descrição do *Power Trail* Monsanto infra, são 23 pontos geolocalizados constituindo cada um foco de atenção).

“Este Power Trail pretende dar-vos a conhecer a Aldeia de Monsanto. Não só a Aldeia, mas também os lugares que a envolvem e por isso, este PT tem início no lugar do Carroqueiro, faz um percurso circular com 23 caches (com uma multi-cache incluída no percurso e uma bónus mistério), e regressa ao Carroqueiro passando pelo mítico Castelo de Monsanto. Cada cache tem um código que deverá ser anotado para depois aceder à coordenada da cache final - mistério. Como este percurso só faz sentido se regressarmos uns anos atrás no tempo e pensarmos em toda a história da Aldeia, cada página terá um pouco da história do local onde está escondida a cache. Esperamos que gostem e partilhem as vossas aventuras por terras templárias!”  
Da descrição do *Power Trail* Monsanto: <https://coord.info/GC3GBK2>

---

“reflexividade estética” como conceito complementar à habitual “reflexividade cognitiva-normativa” (no sentido tipicamente habermasiano atribuído à racionalidade), definindo-a como relativa à forma como a proliferação de imagens e símbolos opera ao nível afectivo, consolidando os julgamentos de gosto e distinção sobre e entre os ambientes sociais com que, num universo de crescente mobilidade física e simbólica, os indivíduos contactam, gerando uma espécie de “cosmopolitismo estético”. A reflexividade estética caracterizar-se-ia assim pela condição de um turista conhecedor, por uma abertura aos outros e por uma vontade de correr riscos, reflectindo e julgando mormente através, por exemplo, do confronto com os produtos presentes nas plataformas locativas colaborativas. Num exercício que permitiria simultaneamente o reforço da subjectividade, a reconstituição da comunidade e o reforço do particular (Cameron & Kenderdine, 2007, p. 363).

<sup>142</sup> Embora estranhamente não se lhe encontre uma única menção em Gilroy, vale a pena notar que o conceito de “miscigenação” foi analogamente desenvolvido por Gilberto Freyre, aplicado à sociedade sul-americana (brasileira), 60 anos antes, em “Casa Grande & Senzala” (Freyre, 2003), edição original de 1933. Onde, entre outros, se atribui às propriedades arquitectónicas e de organização do próprio espaço do modo de produção escravagista a emergência de um modelo patriarcal e porventura algo machista que favoreceria o entrecruzamento cultural e racial. Esta visão *lusu-tropicalista* foi de resto grata e bem acolhida em Portugal, onde se apresentava consoante a perspectiva da História da Colonização Portuguesa propugnada por exemplo pelo padre Cunha Rego, enfatizando a miscigenação como política de estado a exemplo das “Noivas d’ El Rey”, perseguida na Índia, no alvor da expansão portuguesa.

<sup>143</sup> Tal é o desiderato a que se chega conjugando de Souza e Silva com Bateson e Lefebvre (veja-se designadamente a parte 6.2, p.129 e seg.s).

<sup>144</sup> Ou, se se preferir, numa terminologia alternativa, a “percepção do lugar”, ou mesmo o “sentido do lugar”. De facto, na sua definição do último, Meyrowitz (1985, p. 308) enuncia que “a palavra ‘sentido’ e a palavra ‘lugar’ têm ambas dois significados: ‘sentido’ refere-se tanto a *percepção* como a *lógica*; ‘lugar’ significa tanto *posição social* como *localização física*”.

Monsanto e a simbologia inscrita no Galo de Prata, troféu da autoria de Abel Pereira da Silva, cuja réplica permanece até hoje no cimo da Torre de Lucano, constitui *en passant* um excelente motivo de reflexão empírica sobre a forma como o Estado Novo, associado entre outros à acção do ministro António Ferro (Raimundo, 2015), operou uma notável e deliberada reconstrução do senso de identidade nacional, dotando-a de um sentido espacial específico que foi incorporado e perdura até aos nossos dias, ao arripio das subsequentes convulsões políticas, tendo passado a ser tomado como adquirido e quase indisputado. Notável sobretudo pela forma bem-sucedida com que, imbuída no sentido ideológico do seu tempo, nas décadas de 30 e 40 do século passado, conjugou estrategicamente a acção no plano do trabalho das ideias, compondo e veiculando escolarmente uma historiografia própria e uma representação mental da posição ocupada pelo país no mapa mundial, confeccionando o mito da nação una e multicontinental como forma de justificar a manutenção do império ultramarino, acompanhando-a da preocupação da materialização tangível em obras de arte através de um estilo próprio em que entre outros se visou traduzir a virilidade dos “pais da pátria”, alternadamente dos “fundadores” e dos “descobridores” (tome-se e sugira-se a este propósito, notavelmente, como visitas exemplares para a compreensão da sua deliberada materialidade, os acervos parte dos Museus Barata-Feyo e António Duarte, nas Caldas da Rainha) de que a configuração da zona de Belém, uma das de maior afluência turística em Lisboa, permanece igualmente como resíduo cuja preponderante composição do espaço é inextirpável da acção operada aquando da Exposição do Mundo Português de 1940 e onde, a par da Praça do Império, com a sua fonte monumental, subsistem o Padrão dos Descobrimentos e o Museu de Arte Popular complementados, não muito longe, pelo Jardim do Ultramar, pelo Museu da Marinha e pelo Museu Nacional de Etnologia, este último inaugurado na sua sede actual já no conturbado ano de 1975, tendo como origem o acervo de objectos recolhidos no âmbito das Missões de Estudo das Minorias Étnicas do Ultramar Português, lideradas por Jorge Dias, antropólogo da antiga Escola Superior Colonial, designada à data do 25 de Abril de 1974, Instituto Superior de Ciências Sociais e Política Ultramarina, demonstrando que a negação do legado político não se fez inteiramente dissociar do legado cultural e que a interiorização da cultura é por seu turno um desiderato difícil de abjurar porque a identidade individual é inextirpável da identidade colectiva e repudiar a segunda é de algum modo repudiar blocos essenciais da própria constituição pessoal. Porque a imagem que cada um faz de si como “português” se constitui pelo estereótipo e pelo tipo-ideal da “portugalidade” e dos valores que lhe são atribuídos ou se se preferir, nos termos pós-estruturalistas de Foucault, porque a as múltiplas identidades que habitamos são constituídas por um espectro de práticas sociais que estão elas próprias ligadas a estruturas de identidade mais alargadas, de entre as quais a condição “nacional” é um dos referentes mais omnipresentes.

O programa de acção reconstrutiva dos monumentos nacionais em que mais do que uma reabilitação se empreendeu de forma selectiva e com graus variáveis de fidelidade ao original, um programa de releitura do espaço e dos lugares, deslocando e “despromovendo” quando necessário obras de arte (*e.g.*, o caso da remoção do túmulo de D. Duarte do seu lugar proeminente junto ao altar do mosteiro da Batalha para as Capelas Imperfeitas, concentrando a atenção na “Capela do Fundador” e

em D. João I ou de algum modo analogamente as realocações a que os túmulos de D. Pedro I e Inês de Castro estiveram ao longo dos anos semelhantemente sujeitos dentro do espaço do mosteiro de Alcobaça até à disposição actual) demonstram como o espaço simbólico foi materialmente inscrito pelos “portugueses de 40”<sup>145</sup>, continuando hoje a ser reverencialmente reproduzida e experimentada por quem visita as múltiplas instâncias da sua acção.

Se outros exemplos fossem necessários, poderíamos recordar ainda o “Campo Militar de Aljubarrota”, como local de romaria da Mocidade Portuguesa, que nele edificou monumento próximo da velha capela de S. Jorge. Lugar hoje tomado como motivo válido de renovação e patrocínio pela Fundação Champalimaud, cujos meios reúnem o legado e a vontade do conhecido industrial.

Não foi, porém, só no campo da “História” e da posição alargada de Portugal no mundo que esta acção se fez sentir. Em Monsanto, no quadro do célebre concurso das “Aldeias Mais Portuguesas de Portugal” – mimetizado já no início do século XXI, para fins turísticos, na fórmula da “Rota das Aldeias Históricas de Portugal”<sup>146</sup>, que muitos recordarão pela acção inaugural, feita acompanhar da distribuição de um CD multimédia no semanário Expresso – ele traduziu igualmente um esforço de recomposição do espaço etnográfico, de “selecção” e “fixação” da tradição, mas também da sua criação. São disso lugares comuns as “marchas populares” em Lisboa bem como o espaço do “Portugal dos Pequeninos”, em Coimbra, edificado por desenho de Cassiano Branco sob patrocínio de Bissaya Barreto. Este último não se limitou a reproduzir alguns marcos arquitectónicos icónicos, mais do que isso estabeleceu uma tipologia do espaço nacional e uma associação entre regiões e estilos arquitectónicas que o tempo converteu numa espécie peculiar de “parque temático” e num motivo de socialização a que larguíssimas centenas de milhares de portugueses foram e continuam a ser levados em tenra idade, integrados nas “visitas de estudo” sobretudo das respectivas instituições de ensino primário.

**São acções que demonstram como a ligação entre turismo e excursionismo enquanto actos de deslocação mantêm uma relação umbilical com a identidade e como as “rotas” tendem a conciliar-se com as “raízes”, retirando delas a sua razão de ser.**

Tal como em Aljubarrota (ou para esse efeito, mais recentemente, nos Atoleiros e no “Centro de Interpretação” da respectiva batalha, inaugurado em 2012, segundo um modelo visivelmente decalcado da primeira<sup>147</sup>) a componente multimédia surge – em ambos os casos eminentemente na forma de um filme 3D - como forma de reforço, as tecnologias locativas prestam-se a desempenhar a mesma análoga função no plano da apropriação individual.

Para esse efeito, a linguística de Saussure (1997), mais recentemente estendida como gramática generativa (Trask & Stockwell, 2007, p. 97 e seg.s) por Chomsky, com a sua ideia limite de que é que é linguagem que efectivamente fala o indivíduo e que a língua tem sempre dois lados, um social e outro individual, correspondendo a “um conjunto de convenções necessárias adoptadas pelo corpo social para permitir o uso da faculdade da linguagem entre os indivíduos” torna-se relevante na revisão sociológica

<sup>145</sup> Expressão que se encontra abundantemente nas placas inaugurais de muitas fortalezas sob a forma lapidar “A História deste Castelo foi recordada com gratidão pelos portugueses de 1940”.

<sup>146</sup> Cf. <http://www.aldeiahistoricasdeportugal.com>

<sup>147</sup> Cf. <http://www.fundacao-aljubarrota.pt> e <http://atoleiros1384.cm-fronteira.pt>.

dada por Wiley (acima, p.92), permitindo compreender como as tecnologias de comunicação pessoais de massas por um lado enriquecem a faculdade da comunicação além do puro texto e por outro constituem inerentemente tecnologias de produção de significado e como tal expressões do sentido de identidade através dos significados atribuídos a atributos, capacidades e formas particulares de condutas e a propósito dos lugares. Abstraindo a própria possibilidade de se chegar a conhecer ou a saber tão pouco se existe algo como uma “identidade base” (cf. Da contingência do *self*, p. XXI e seg.s) e, no quadro de Goffman, se entre a pluralidade de fachadas se pode chegar a saber qual e para além delas corresponde genuinamente ao “indivíduo”

Vista enquanto gramática de poder, a linguagem das tecnologias locativas faz finalmente sentido enquanto “tecnologia do *self*”, no sentido que Foucault (cf. supra. p. 33) e Nikolas Rose atribuem ao termo, como “técnicas de cuidar de si”, e como este “cuidado de si” é ainda mais outro *apport* à discussão perene entre estrutura e agência e uma forma de actualizar Lefebvre, trazendo-o para a contemporaneidade e para a compreensão do que Harvey compartimenta dentro da sua grelha de **práticas espaciais como “dominação e controlo do espaço”, não necessariamente enquanto dinâmica de “vigilância e punição” mas nos termos de Bateson e de Ortoleva (cf. , p. acima. p. 137) sobretudo como forma de “monitorização e diversão”.**

Para o que nos interessa, a imbricação dos espaços da vivência social e a sua inversão sobre e fecundação da identidade individual, é assim sobretudo interessante constatar a forma como os primeiros são recolhidos na segunda, de tal modo que – mantendo a colação empírica à acção de propaganda cultural do Estado Novo - ao envergar hoje “sete saias” a nazarena não questiona que a vila balnear, antes de o turismo e de a atracção da areia a ter feito descer à praia, nasceu na Pederneira e que o que hoje é “tradição” e parte do folclore local foi ontem invenção, fruto de marketing turístico *avant la lettre* e de associação fadista e cinematográfica – pense-se na filmografia de Leitão de Barros tal “Maria do Mar”, como “tecnologia de comunicação de vanguarda” ao seu tempo - entre a abnegação cristã perante o sofrimento, as condições de vida e o “destino” e a posição desejavelmente neutralizada e apolítica das massas populares.

Através das tecnologias móveis de comunicação, este “espaço cebola”, em múltiplas camadas - consoante Kellerman (cf. Figura 8.2, abaixo, p.180) - é “novo” apenas na medida em que os processos da sua reprodução social surgem enormemente lubrificados introduzindo infinitas variáveis na dinâmica de identificação (ou para esse efeito de repulsa para) com os lugares.

### **8.1.3 DA REFORMULAÇÃO DA ATRACÇÃO**

Porque a localização de qualquer lugar específico é convencionalmente distinta dos demais, a informação localizada pode constituir um dos diversos elementos usados para identificar os lugares. Consequentemente a localização de qualquer lugar concreto pode denotar e comunicar diferentes atributos dele e, como tal, pode ganhar diferentes significados, à dependura apensos (Cresswell, 2004, p. 7; Özkul, 2014, p. 30).

Nos termos do modelo relacional do espaço de Löw (2008) tal corresponde a um reforço da

agência e dos processos de síntese sobre os de espaçamento e dos actos de percepção, imaginação e recordação que permitem combinar pessoas e objectos na produção dos espaços sobre as propriedades ordenadoras e normativas das estruturas espaciais.

Esta dinâmica é porventura melhor compreensível vista através de exemplos concretos. Assim, como artifício expositivo, tome-se como motivo de reflexão um cenário contemporâneo típico.

Pense-se no caso de um lugar específico, o Mosteiro dos Jerónimos e no seu confronto com um visitante igualmente particular, Shaun O'Neill, 47 anos, dentista, residente em Cork, Irlanda, o qual, admita-se, decidiu aproveitar uma promoção especialmente vantajosa da Aer Lingus para fazer uma estadia de um fim-de-semana na cidade de Lisboa, acompanhado da sua esposa.

Quando teve de decidir como iria repartir o seu tempo, o que ver e fazer na capital portuguesa, é provável que Shaun tenha começado por se dirigir a uma livraria adquirindo aí um guia da cidade de Lisboa, ou então que tenha optado por o obter digitalmente, por exemplo na loja em linha da editora Lonely Planet. Paralelamente, é igualmente provável que ainda na origem ele tenha consagrado algum tempo a consultar na Internet as plataformas locativas, por exemplo o TripAdvisor, de forma a descortinar pontos de interesse, procurando os que reuniam mais comentários. Entre o primeiro e as segundas é quase certo que a sua atenção tenha sido dirigida para a posição singular do Mosteiro dos Jerónimos como motivo de atracção no turismo alfacinha.

O guia da Lonely Planet salientava a importância do monumento como exemplo maior de um estilo arquitectónico tipicamente português, o manuelino, associando-o à história do país e à sua gesta ultramarina. Na consulta do TripAdvisor<sup>148</sup>, porém, deu-se conta de um apreciável volume de críticas de utilizadores desiludidos, escrevendo coisas como:

The Monastery is highly rated so we wanted to see it. Enduring a really bad tram 15 ride from Lisbon we saw a long line but decided to wait because it would certainly be worth it. **We waited and waited and waited at a snail's pace** while bus loads of school children went to the head of the line. Finally, after at least an hour and a half **we paid our 7 euros per person** and went in expecting to see a lot of really nice things. What we saw was a courtyard and the above view of the church. **Nothing worth waiting even 15 minutes for.** (gsm1121, Dover, Delaware)

Trop d'affluence. **Queue d'au moins deux heures en plein soleil.** Impossible d'entrer. Dommage car nous aurions aimé visiter ce site et que nous sommes spécialement venus de Lisbonne pour cela. (Olivier D, Paris, France)

The monument is splendid, but this is what I went through. I got there on a rainy Sunday morning (when the site is free), we were **assaulted by abusive street vendors and beggars.** Of course, **the staff stays well-hidden and doesn't even try to help visitors. All of them were rude and spoke - or pretended not to speak any English.** I had bought a Lisbon card paying a lot of money, but this granted no priority. On the other hand, we noticed other visitors motivated by the staff to buy some "tickets" and allowed to skip the line. **I suspect instead of buying tickets they left some pocket money to the staff. As tourism professional I am really shocked if not disgusted!!!** (Oneguide, Florence, Italy)

Shaun conclui que na economia de tempo de que dispõe, apenas dois dias, a probabilidade de gastar bom dinheiro e perder horas para ingressar no monumento, talvez não seja a sua melhor opção. Baseado na descrição do seu interior como fulgural, formula a hipótese de estar perante uma armadilha para turistas, compreendendo ainda assim que a vista do exterior é válida e que a zona onde ele se enquadra reúne outros tópicos de interesse.

---

<sup>148</sup>Em linha: [https://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g189158-d195318-Reviews-Mosteiro\\_dos\\_Jeronimos-Lisbon\\_Lisbon\\_District\\_Central\\_Portugal.html](https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g189158-d195318-Reviews-Mosteiro_dos_Jeronimos-Lisbon_Lisbon_District_Central_Portugal.html)

Como é geocacher, dirige de seguida a sua atenção para a plataforma do jogo locativo de forma a escrutinar aí as suas imediações. Dá-se assim conta da existência junto aos Jerónimos de uma geocache (GC63BXY)<sup>149</sup>. Como o *owner* desta teve a preocupação de colocar a respectiva descrição tanto em português como em inglês, Shaun não tem dificuldade em entender que ela toma como pretexto o enquadramento geológico da pedra lioz enquanto tipo de calcário de que o monumento é feito e para a qual se chama a atenção. Tratando-se de uma *earthcache* ela promete em acréscimo ser de execução fácil. Imediatamente, opta por adoptá-la no motivo central para a sua deslocação a Belém. Para tal, descarrega os respectivos detalhes para o seu telemóvel e regista a necessidade de durante a visita poder vir a corresponder aos requisitos definidos para poder *logar* a sua execução:

To log this cache, you must visit the coordinates above. Then you must answer the following questions and send the answers to the following address [jpp.geocaching@gmail.com](mailto:jpp.geocaching@gmail.com):

1. What is the name given to the type of rock used for the construction of Jerónimos Monastery?
2. How old (in millions of years) are the stones form the monastery?
3. How many rows of stones there are? (From the floor to the window of the right side of door)
4. On the rocks beneath the window, on the right side of the door, can be observed fossils?
5. (Optional) Take a picture with something geocache related in the coordinates!

Fonte: <https://www.geocaching.com/geocache/GC63BXY>

Dias mais tarde, já em Lisboa, tendo feito a *check-in* no respectivo hotel, retira o telemóvel do bolso, recupera a informação e dirige-se ao mosteiro, procurando respostas. Conta as filas de lioz, passa algum tempo a escrutinar se de facto existem fósseis encrustados nas pedras e já agora, tendo compreendido que também ele é calcário, aproveita para se fazer fotografar pela sua esposa com um inopinado pedaço de calçada seguro na mão, junto da sua entrada principal, para perplexidade dos circunstantes.

Confirmado que a fila de acesso parecia tão comprida como se dizia Shaun despede-se dos Jerónimos e opta por largar imediatamente para a Torre de Belém, a ver as vistas do rio.

O que é que deste cenário, aparentemente singelo, podemos retirar de útil?

Em primeira mão, ele permite perspectivar o Mosteiro dos Jerónimos consoante ele surge sucessivamente enquadrado em múltiplas camadas sobrepostas, como correspondendo a:

- Uma efectiva **localização concreta, fisicamente situada** e delimitada (algo que se pode apontar num mapa e pedir por exemplo a um taxista que nos leve lá, mas também inserir num dispositivo GPS)
- Simultaneamente, um lugar (*locale*) dotado de uma **identidade (histórico-cultural)**, correspondendo ao conjunto de qualidades que no imaginário colectivo lhe são atribuídas e reconhecidas (arquétipo do estilo manuelino, panteão nacional *avant la lettre*, local associado à gesta ultramarina e os descobrimentos, contíguo à torre de Belém de onde as caravelas alegadamente partiriam, um dos monumentos simbólicos porque a cidade de Lisboa é reconhecida etc...)
- Como um **ciberlugar**, uma entidade suportando comunicação e produção virtual, passível de ser inscrita em e recuperada de estruturas de campos e em tabelas de bases de dados que permitem alojar informação.
- Em função do anterior, com algo integrado num **ciberespaço** através das múltiplas plataformas locativas que instituem redes de utilizadores em diálogo, aplicando dadas taxonomias e facilitando interfaces que permitem a recuperação e associação de narrativas, comentários e material audiovisual.

Em segunda mão, como consequência do anterior, resulta evidente do exemplo que através do denominador comum da tecnologia comunicativa, a cultura (do) local converge com a cultura global do ciberespaço, permitindo que ele seja perspectivado não monoliticamente, a partir de uma única fonte

<sup>149</sup> Em linha: [https://www.geocaching.com/geocache/GC63BXY\\_mosteiro-dos-jeronimos](https://www.geocaching.com/geocache/GC63BXY_mosteiro-dos-jeronimos)

documental (por exemplo o guia que Shaun adquiriu ainda em Cork) mas em função dos múltiplos sentidos que lhe são atribuídos pelos visitantes, enformando e narrando as respectivas experiências eles próprios em função do sentido dos seus lugares de proveniência (por exemplo, nos comentários transcritos, a guia de turismo italiana que introduz na avaliação a sua própria experiência de trabalho como operadora turística na cidade de Florença, mostrando-se chocada com o desinteresse dos congéneres lisboetas).

Neste caso, no encontro com o ciberespaço, tanto **o local se inscreve no global** (sendo a localização cooptada e integrada nas bases de dados como ciberlugar, ponto virtual que visa espelhar a localização concreta e albergar sobre ela trocas de informação) , como **o global passa a inscrever o local** (predeterminando as atitudes de quem a ele chega e enriquecendo a sua leitura em função da experiência dos seus visitantes) como mais especificamente, se pode ainda dizer **que os locais inscrevem o local**, pois a experiência narrativa de cada um que o cruza se converte num exercício comparativo.

Ao mesmo tempo constata-se que como motivo de atracção o espaço turístico convencional é permeado pelo espaço do jogo através da acção de um protagonista individual (geocacher) que opta por salientar dele aspectos normalmente fora da sua identidade histórico-cultural que outros adoptam e reproduzem, sendo levados a detalhes de atenção inauditos.

Assim a peculiar ligação ao lugar do próprio *owner*, determinada pelo seu interesse pela geologia, enforma uma identificação e subsequente retenção de memória muito particulares. No nosso cenário, Shaun, regressa à Irlanda retendo um ponto de contacto entre o material de construção dos Jerónimos e a constituição da sua própria ilha tendo-se dispensado de subir ao altar-mor ou de conhecer o interior de uma igreja, cuja simples viagem virtual através da visualização de fotografias o contentou.

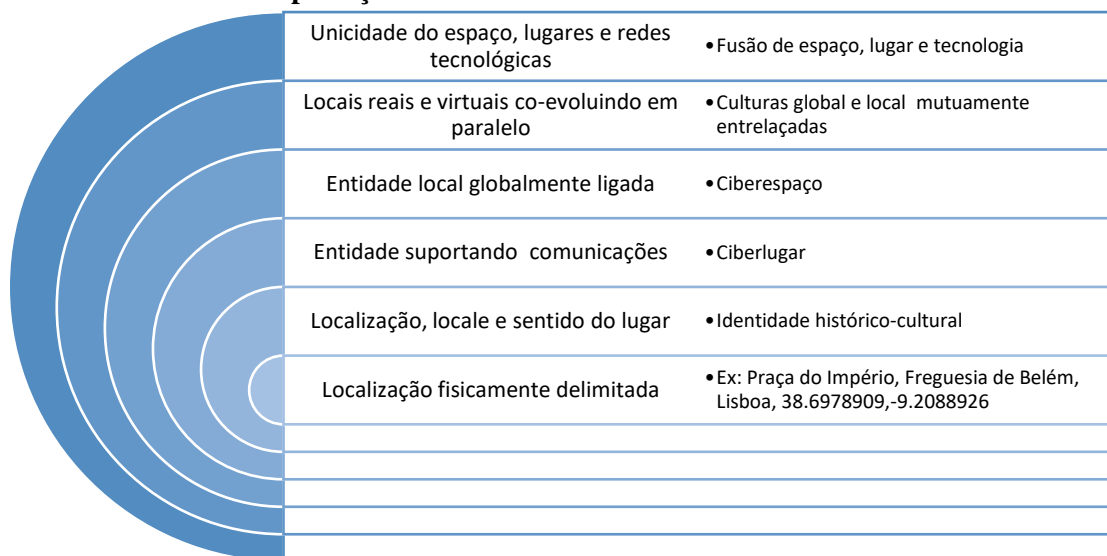
Na acepção de Kellerman (2006), pode assim afirmar-se que a faculdade da inserção do *locale* como “ciberlugar” nas redes de comunicação (ciberespaço) corresponde à *disjuntura* (separação) entre a localização no espaço físico e a sua identidade histórico cultural, dando primazia sobre esta à sua qualidade enquanto ponto de encontro entre viajantes de distintas proveniências que levam a que identidade e a cultura locais (tipicamente regionais ou nacionais) sejam relidas pelos valores da cultura global com a qual se fundem. Através das plataformas locativas, a interpretação do lugar passa assim a ser determinada mesmo à distância, através da fantasmagoria da antecipação turística e nas plataformas de jogos móveis em particular através do espectáculo lúdico e da mediação da orientação através por exemplo de uma geocache ou de um cartucho Wherigo.

No processo, a identidade histórico-cultural do lugar permanece imutável, porém a sua passibilidade de impactar a identificação dos que o cruzam é erodida. Enquanto antes o sentido do lugar era função directa e imediata da passagem por ele e do confronto com a interpretação institucionalizada, estas surgem agora misturadas com as memórias privadas e os distintos motivos de identificação para com ele suscitados aos indivíduos, que previamente o cruzaram e disso deram conta. A definição do lugar como contexto passa a ser feita através de um processo em que espaço, lugar e redes tecnológicas surgem hibridizados e fundidos, saindo a ordem de saliência das suas qualidades particulares

necessariamente alterada.

Há apenas 20 anos o cenário que se pintou seria inteiramente diferente. Em primeiro lugar, os voos *low cost* não existam, a mobilidade transfronteiriça era menor e a possibilidade de Shaun chegar a vir a Lisboa provavelmente não se colocaria. Em segundo lugar, se se colocasse, as plataformas locativas que usou para se informar e determinar o seu itinerário elas próprias não existiam. Apenas se poderia ter socorrido do guia Lonely Planet e ao chegar, tê-lo-ia provavelmente complementado com uma visita a um posto de turismo onde lhe prestariam informação idêntica. Como consequência, a atracção do Jerónimos teria aparecido a seus olhos indisputada e provavelmente ele não teria hesitado em perder algumas horas na fila. Ninguém garantindo, mais ainda, que na ausência de melhor perspectiva, não tivesse saído satisfeito da experiência.

**Figura 8.2 - Camadas na interpretação do Mosteiro dos Jerónimos**



Nota: Inspirado em Kellerman (2006, p. 130)

#### 8.1.4 DO PROSUMO ESPACIAL. ENTRE DERIVA, REPRODUÇÃO E APROPRIAÇÃO

Em consonância com O'Neill (2009), no capítulo 4, admitiu-se que na era do espectáculo interactivo que tende a permear cada aspecto da cultura, o que foi adicionado é não infrequentemente a ilusão da agência administrada através das novas condutas tecnológicas e que uma libertação do espaço como interpretação imposta pela tecnologia passa pelo manuseamento criativo desta, pela possibilidade de construir de forma descomprometida e inventiva leituras alternativas dele, em que, por seu turno, na revisão da literatura levada a cabo, Lemos (abaixo. p.LX) enquadra os *wireless street games* e o geocaching em particular como potencial paradigma de situacionismo digital interventivo, produzindo uma forma de cibercultura em que a diferencialidade do espaço público seria potenciada, passando este a ser alvo de reflexão em diálogo com o ambiente virtual, terreno de ludicidade e de “aventura” através de práticas de “desvio” e de “deriva” como tentativas de restabelecer o significado dos espaços de circulação, forçando os participantes a olhar o familiar com novos olhos.

Importa, por conseguinte, reunir elementos que permitam avaliar em que medida este potencial é efectivamente cumprido. Desde logo, a partir da forma como os instrumentos tecnológicos são usados,



manipulados e porventura enriquecidos e ou distorcidos, mas também a nível da produção e reprodução do espaço na dupla faceta que o geocaching admite e cada geocacher individualmente encarna: produção e consumo de geocaches (*cf.* abaixo, p.L).

Quanto à primeira dimensão, as evidências revelam que o acto lúdico do geocaching extravasa a mera ocupação do tempo-livre, convertendo-o num instrumento formativo seja porque tacitamente compele ao incremento da literacia digital por parte do utilizador final (forçando os participantes a adquirem competências na produção digital, por exemplo quando os compelem a desenvolver conhecimentos de HTML de forma a compor a descrição das geocaches, e em muitos casos – *cf.* abaixo. p. LXXV e p. LXXXVI e seg.s – constituindo uma efectiva porta de entrada no maneo das tecnologias locativas) seja porque o desenho relativamente limitado da API do geocaching.com foi rapidamente apropriado pela comunidade, gerando uma infinidade de possibilidades, ferramentas, instrumentos, acréscimos e práticas ao arripio do intento original - de que os sítios nacionais [geopt.org](http://geopt.org) e [geocaching-pt.net](http://geocaching-pt.net) constituem exemplo, ao mesmo tempo que só na Google Play Store se podem actualmente encontrar mais de duas centenas e meia de aplicações relacionadas com o geocaching, a maioria oferecida gratuitamente por programadores entusiastas em competição com a “aplicação oficial”, paga.

De uma forma geral o geocaching incrementou ainda o dinamismo na produção da informação geográfica, convergindo com os interesses dos seus praticantes e plasmando como *spin off* o interesse pela disponibilização de informação, trilhos/rotas e pontos de interesse , incorporando preocupações como o ciclismo todo o terreno (vulgo BTT) e a informação altimétrica detalhada passível de interessar a prática do pedestrianismo (como é o caso da ferramenta OruxMaps <<http://www.oruxmaps.com>> ou da iniciativa TopoLusitania <<http://topolusitania.blogspot.pt>>).

Esta acção sobre as próprias ferramentas cartográficas não é meramente reprodutora. De uma forma geral ela apropria, expande e optimiza as fontes institucionais<sup>150</sup>, sendo frequentemente criativa, quando, por exemplo, revela capacidade de subversão da utilidade do GIS. Como nos casos em que a tecnologia é usada para convir, mais do que o conhecimento do espaço, a oposição cómica do seu significado na própria interface. Vejam-se, neste sentido, os excertos de mapas na Figura 8.3, nos quais as coordenadas geográficas foram usadas como “tinta” e espécie de *graffiti* de modo a produzir representações nas quais surge oposta simbologia diversa que captura a atenção, canibalizando a função das “legendas”, porém integrando-se na percepção da própria composição espacial.

O espaço gerado, os percursos e os lugares a que se convida à visita constituem, neste caso, uma deriva de outra forma aleatória (isto é, percursos engendrados pela pura conveniência do artifício gráfico), cujo sentido se encontra exclusivamente dentro da lógica arbitrária do jogo. Segundo uma prática a que o **Degree Confluence Project** < <http://confluence.org>>, outra forma de jogo locativo, por sinal anterior ao próprio geocaching, igualmente convida: ao instituir como propósito a visita a locais

---

<sup>150</sup> Por vezes colidindo com os respectivos interesses institucionais desfasados. Neste sentido, pela colação nacional, é testemunho significativo a reacção do Instituto Geográfico do Exército à apropriação feita pelo projecto colaborativo TopoLusitania da série M888 das Cartas Militares (escala 1:25k), cuja missiva da respectiva assessora jurídica, se pode consultar em linha, em: <https://sites.google.com/site/topolusitania/portugal---mapas-em-formato-jnx>.

cujo único interesse é à partida localizarem-se na exacta confluência das linhas de longitude e latitude. E que de algum modo ainda mais se reforça no caso do **GeodaDashing** <<http://geodashing.gpsgames.org>>, no qual o jogador participa visitando lugares que lhe são propostos de forma integralmente fortuita, gerados e renovados periodicamente pela própria máquina.

**Figura 8.3 - Dos SIG como graffiti. Exemplos de manipulação de waypoints como arte digital.**



Leg.: Colagem de excertos de mapas. Cada ponto corresponde a uma geocache efectivamente colocada e passível de ser efectuada.

Quanto à segunda dimensão, o prosumo implica uma relação entre produção e consumo que o mesmo é dizer entre oferta e procura. Como oferta os tipos de caches distinguem-se sobretudo pelo tempo que consomem e pela dificuldade aparente de execução (medida pelo número de etapas e pelo tipo de desafios), critérios que são subsequentemente avaliados pelos seus potenciais consumidores como elementos de selecção.

Considerando que cada tipo de cache apela a características específicas (veja-se o Anexo K, abaixo, p.CXIII e seg.s) , uma medida da relação entre oferta e procura para cada um deles permite conhecer quais são os géneros preferidos e a partir daí quais as características valorizadas.

Adicionalmente, é possível estabelecer uma relação com os graus de satisfação declarados após o consumo, pois está disponível um sistema de avaliação que permite a cada geocacher pontuar as caches feitas (de um total de 52328 caches constantes da base de dados em Agosto de 2015 - uma delas foi excluída por não estar categorizada - 33152 averbavam um ou mais votos, num total de 174348 votos expressos.)

Assim, procederemos a quatro exercícios:

1. Comparar os tipos de caches declarados como preferidos pela amostra de respondentes cotejando essa preferência com a respectiva grelha de características do potencial diferencial, simultaneamente do ponto de vista da produção e consumo. O resultado deve permitir inferir em que medida no âmbito global o geocaching é potencialmente reprodutor passivo ou construtor activo dos espaços de representação e se predominantemente inscreve ou é inscrito por estes (Potencial reprodutor *versus* criativo, p. 183).
2. Calcular e comparar para a totalidade da população geocacher e das geocaches disponíveis os respectivos rácios de oferta e procura, relacionando-os com o nível de satisfação obtido. O resultado deve permitir relacionar os níveis de saciedade com os mecanismos de escassez e estes com os da distinção (Relação entre procura e OFERTA, mecanismo de formação do valor e satisfação, p.184).
3. Correlacionar concomitantemente a avaliação feita através da atribuição de uma pontuação *ex post* pelos praticantes com os graus de dificuldade, seja da execução e da exigência eminentemente intelectual, seja do terreno e da exigência eminentemente no plano do esforço físico, antecipadamente declarados nas páginas das geocaches. O resultado deve permitir aferir até que ponto as sugestões de Ariely (Ariely,

2008; Ariely & Norton, 2009) quanto ao modo como os conceitos afectam o consumo através da definição de expectativas e objectivos em que “não constituem apenas um *input* adicional para as decisões, mas” em que “o consumo conceptual pode de facto alterar a experiência de consumo físico ela própria”, podendo em conformidade as experiências negativas/desagradáveis proporcionar contra-intuitivamente satisfação e um sentido de propósito gratificador. Aplicado ao consumo dos lugares e das geocaches tal deveria significar e antecipar por exemplo que caches em terrenos mais difíceis deveriam reunir mais predilecção (Valorização da experiência negativa, p.185)

4. Proceder à identificação a partir da respectiva descrição dos temas/tópicos pretexto das geocaches, cotejando-os com a tipologia institucionalmente consagrada quanto ao património tendo como propósito verificar até que ponto estes coincidem e em que medida o imaginário do geocaching enquanto prática reproduz as categorias mentais do tempo quanto ao conhecimento do espaço e à percepção do que nele é relevante (Temas dominantes na criação das geocaches, p. 186)

### 8.1.4.1 POTENCIAL REPRODUTOR VERSUS CRIATIVO

A partir das características anteriormente enunciadas elaborou-se a Quadro 8.2 em que se repartiu o **potencial** de cada tipo de geocache para engendrar práticas de produção e consumo em função da exigência de tempo e dos níveis de competência e criatividade na concepção<sup>151</sup> e de reprodutividade e exigência interactiva<sup>152</sup> na execução, respectivamente.

Num passo seguinte comparámos esses dados com as respostas da nossa amostra relativamente aos tipos de caches declarados como preferidos (Quadro 8.3).

Não pretendendo estabelecer causalidade e admitindo apenas que mais predilecção equivale a mais propensão para a execução do tipo respectivo (o que de resto se confirma, de acordo com os efectivos dados de execução, segundo apurado no Quadro I.2, p.CIX) é assim possível concluir:

- Potencialmente, no conjunto, as possibilidades reprodutoras surgem no geocaching globalmente acima das criativas.
- Tanto na produção como do consumo de caches a oneração do tempo é potencialmente o factor que mais peso tem na selecção. Por coincidência ou não, as caches que consomem menos registam maior preferência, em consonância com Fortunati (2002), para quem a mobilização das tecnologias móveis surge sobretudo como forma de o maximizar.
- Os tipos de caches que permitem maior criatividade – e exigem mais tempo e competências – são os menos apreciados.

#### Quadro 8.2 - Tipos de caches e características

	Produção			Consumo		
	Tempo	Competência	Criatividade na construção de Significado	Tempo	Aprend. reprodutiva	Aprend. interactiva
Cache tradicional	1	1	1	1	4	1
Caches mistério ou enigma	4	4	4	3	2	5
Multi-Cache	3	2	2	3	4	2
Letterbox Híbrido	3	3	3	3	2	3
EarthCache	4	5	2	1	5	3
Wherigo	5	5	5	4	3	4
Eventos	4	3	2	4	2	2
Travel Bug Hotel	4	3	1	1	2	1
Eventos CITO	4	3	2	5	3	4
Mega-Evento Cache	5	3	2	4	2	1

Valores atribuídos com base na experiência do autor, segundo uma escala de exigência crescente em que 1 = Muito Pouco (o mais baixo) e 5 = Extremamente (o mais alto).

<sup>151</sup> Considera-se “competência” a necessidade de mobilizar um conhecimento específico e “criatividade” enquanto sinónimo de necessidade de “inventividade” no engendramento de um artifício narrativo.

<sup>152</sup> Considera-se “reprodutividade” a passibilidade de replicar, sem possibilidade de intervenção sobre, determinadas operações pré-dadas e “interactividade” a necessidade ora de executar um processo recursivo e aplicado na compreensão dos conceitos (*e.g.* caches mistérios), ora de escrutínio da informação tendo em vista integrá-la no meio (*e.g.* Wherigo), ora de alinhamento com a efectiva acção motora (*e.g.* CITO).

**Quadro 8.3 - Que tipos de cache prefere (consumir)? Ordene por ordem de importância**

	1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º	10º	N Válido	Ausente	Média	Mediana	Desvio P.
Cache tradicional	247	71	67	47	28	8	5	4	2	3	482	31	2,2	1	1,7
Caches mistério ou enigma	55	86	117	74	36	27	12	12	5	5	429	84	3,5	3	1,9
Multi-Cache	43	138	87	61	50	23	21	9	9	4	445	68	3,5	3	2,0
Letterbox Híbrido	77	56	43	44	33	37	26	8	20	16	360	153	4,1	4	2,7
EarthCache	13	26	35	65	60	50	49	35	26	20	379	134	5,5	5	2,3
Wherigo	28	40	32	24	28	27	29	32	40	40	320	193	5,7	6	3,0
Eventos	10	22	27	46	45	42	53	54	34	14	347	166	5,9	6	2,3
Travel Bug Hotel	8	24	21	28	45	49	38	25	34	58	330	183	6,4	6	2,6
Eventos CITO	1	8	14	13	26	43	46	57	43	52	303	210	7,2	8	2,2
Mega-Evento Cache	8	4	16	16	19	31	35	50	61	51	291	222	7,3	8	2,4

#### 8.1.4.2 RELAÇÃO ENTRE PROCURA E OFERTA, MECANISMO DE FORMAÇÃO DO VALOR E SATISFAÇÃO

Para os fins enunciados em epígrafe, tomando como base os dados disponíveis para a totalidade da população geocacher nacional, consoante se apresentavam no final do Verão de 2015, baseados no Quadro 8.4 elaborámos a Figura 8.4<sup>153</sup>.

Os rácios comparativos de procura/oferta permitem perceber que tipos de cache as pessoas efectivamente colocam e procuram e porquê (em função das características conhecidas de cada tipo). A medida de satisfação, em contrapartida, permite aferir a saciedade que elas proporcionam.

Confirmando o mecanismo bourdesiano da distinção, a interpretação dos dados aponta para a existência de uma razão inversa entre os primeiros e a segunda de tal modo que **a satisfação (valor atribuído) por unidade consumida é tanto maior quanto** menor for o rácio de procura/oferta, isto é, nos termos em que os cálculos foram feitos, quanto **maior for a exclusividade**. Excepção feita aos "megaeventos" que sendo os menos frequentes de todos ficam em satisfação aquém dos demais tipos de evento, confirmando a tendência na medida em que o facto do seu objectivo ser a massificação levar a que lhes seja atribuído menor valor.

Em contrapartida, as caches com maior volume de oferta (como as tradicionais, cerca de ¾ das disponíveis e 84% das consumidas) são mais "baratas"/menos valiosas, porém mais fáceis/rápidas e logo têm também mais procura, ainda que proporcionem menos "satisfação" por unidade.

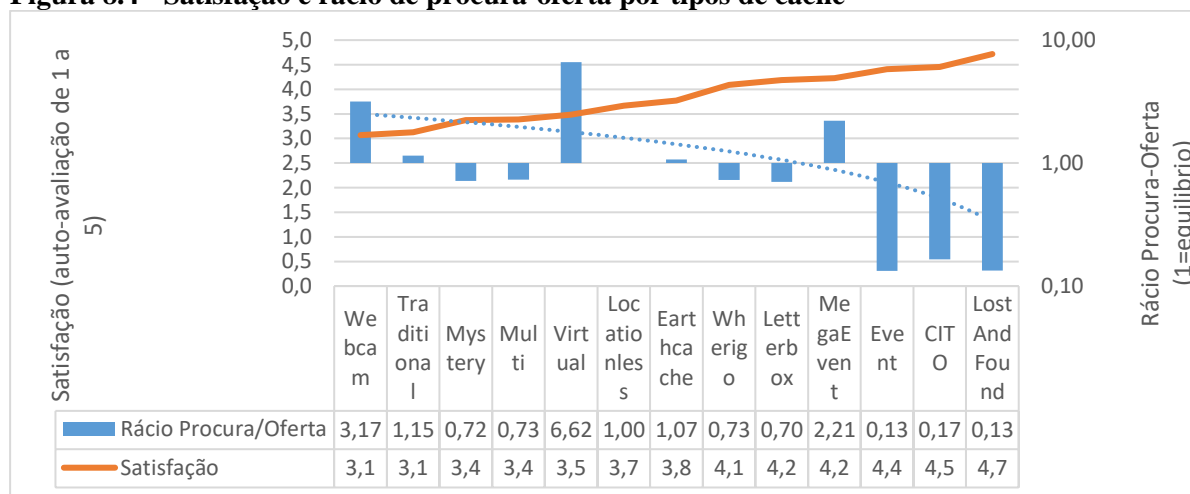
De permeio situam-se as caches mistério e as multi, as quais, não sendo tão raras como os eventos, oneram não só o tempo como implicam considerável esforço intelectual, registando conseqüente e respectivamente uma satisfação inferior aos eventos (cuja raridade é valorizada) e uma procura abaixo das caches tradicionais (cuja facilidade é valorizada).

<sup>153</sup> Em que se assumiram as seguintes premissas: a) considera-se medida de oferta o número total de caches produzidas e disponíveis por tipo; b) considera-se medida de procura o número total de *finds* (declarações de execução/consumo) por cada tipo de cache; c) considera-se rácio de procura-oferta um indicador calculado em função da proporção entre os dois indicadores anteriores, de tal modo que valores <1 traduzem uma procura proporcionalmente inferior ao número de caches disponíveis, valores =1 traduzem equilíbrio (procura directamente proporcional à oferta), valores >1 traduzem uma procura proporcionalmente superior ao número de caches disponíveis (e em que por ex. 2 significa que o número de *finds* é o dobro do que seria expectável face ao volume de caches disponíveis para cada tipo); d) considera-se indicador de satisfação proporcionada pelo consumo a avaliação expressa por quem fez a cache numa escala de 1 a 5, dada na página da mesma, após a sua execução.

**Quadro 8.4 – Produção e consumo de geocaches (Portugal)**

PRODUÇÃO (oferta de caches por tipo)				CONSUMO (procura de caches por tipo de acordo com o número de Finds)				***	
		Frequência	Percentagem	Média	Mediana	Soma	% de logs	procura-oferta	Varição (% relativa)
Válido	CITO	171	0,321	25	16	4113	0,053	-0,268	-83,50
	Earthcache	529	0,992	158	99	82437	1,060	0,068	6,89
	Event	3405	6,385	20	16	65815	0,846	-5,538	-86,74
	Letterbox	317	0,594	103	74	32446	0,417	-0,177	-29,80
	Locationless*	3	0,006	154	194	461	0,006	0,000	5,40
	Lost And Found Event*	16	0,030	19	19	307	0,004	-0,026	-86,84
	MegaEvent**	10	0,019	359	370	3234	0,042	0,023	121,82
	Multi	4311	8,084	107	70	460238	5,919	-2,164	-26,78
	Mystery	5330	9,995	105	73	557685	7,173	-2,822	-28,23
	Traditional	39112	73,341	168	108	6538327	84,093	10,752	14,66
	Virtual*	18	0,034	1095	830	17525	0,225	0,192	567,79
	Webcam*	3	0,006	497	118	1490	0,019	0,014	240,66
	Wherigo	104	0,195	106	70	11070	0,142	-0,053	-26,99
	Total	53329	100,000			7775148	100,000		

\* Tipos descontinuados (oferta artificialmente limitada). \*\* Tem por objectivo explícito reunir um máximo de participantes. \*\*\*Negativo é défice de procura

**Figura 8.4 - Satisfação e rácio de procura-oferta por tipos de cache**

Em suma: marcada pelo hedonismo calculista da cultura de consumo, a equação de selecção geocacher encoraja uma relação de custo/benefício entre tempo, esforço/dificuldade de execução e raridade<sup>154</sup>. Assim, valoriza o máximo de distinção que advém nas condições em que obtinha um máximo da terceira, resignando-se, todavia, como facto significativo, em média, e para o grosso da prática, numa economia da abundância marcada pela indiferenciação do gosto, a prosseguir uma estratégia competitiva em que a quantidade prepondera sobre a qualidade (isto é, preferindo pragmaticamente acumular mais instâncias “vulgares”, distinguindo-se pelo somatório de um grande volume de pequenas doses de prazer, capitalizando e convivendo com a sua utilidade decrescente, de preferência a pagar o preço do tempo).

### 8.1.4.3 VALORIZAÇÃO DA EXPERIÊNCIA NEGATIVA

Constata-se (Figura 8.5 e Quadro 8.5) que existe coincidência positiva directa entre a dificuldade de uma cache, consoante declarada pelo respectivo *owner*, segundo a sua interpretação da escala de

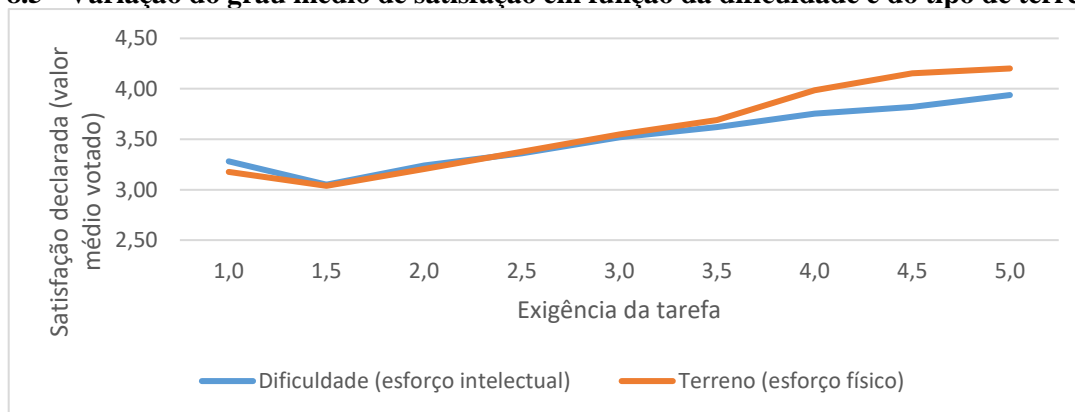
<sup>154</sup> Para que se poderia sugerir uma fórmula aproximativa tal: Opção pela geocache (valor apercebido) = (velocidade / dificuldade de execução) \* exclusividade. Em que: Velocidade = distância (Km) / tempo necessário estimado (min.); Dificuldade = complexidade de execução (média das dificuldades intelectual e do terreno); Exclusividade = raridade do tipo de cache / soma de outras pessoas passíveis de a reclamar.

referência fornecida pelo geocaching.com relativamente à “dificuldade” genérica de execução e à exigência do “terreno”<sup>155</sup> e o valor atribuído a partir da média dos votos de quem efectivamente fez a cache (os três valores pontuados numa escala de 1 a 5).

Assim, caches mais difíceis têm votações crescentemente superiores. Tal correlação é maior no caso do terreno, o que indicia que no imaginário da actividade, predominantemente másculo, o esforço físico é valorizado sobre o esforço intelectual.

O resultado permite confirmar o prognóstico quanto ao prazer que no consumo conceptual pode ser derivado das experiências desagradáveis.

**Figura 8.5 - Variação do grau médio de satisfação em função da dificuldade e do tipo de terreno**



**Quadro 8.5 – Correlação entre a avaliação das caches por quem as executou e os níveis de dificuldade e terreno declarados**

		Dif.	Terr.
GcVote_Média	Correlação de Pearson	,214**	,306**
	Sig. (2 extremidades)	,000	,000
	N	33152	33152

#### 8.1.4.4 TEMAS DOMINANTES NA CRIAÇÃO DAS GEOCACHES

Adaptámos a taxonomia de “termos a utilizar nos elementos categoria e tipo”, parte do SIPA (Sistema de Informação para o Património Arquitectónico), constando no “KITS – PATRIMÓNIO” dos Instituto da Habitação e Reabilitação Urbana e Instituto de Gestão do Património (IHRU & IGESPAR, 2010), originalmente desenvolvido para presidir à catalogação do **património edificado**, convertendo-o num formato passível de utilização na ferramenta WordStat. O léxico obtido, num total de aproximadamente seis centenas de termos e expressões, foi aplicado como instrumento classificatório a um *corpus* constituído por 52329 geocaches, incluindo, por caso, os seus campos “nome, resumo e descrição”.

O resultado deveria fornecer elementos para atingir dois objectivos: 1) aferir o efectivo potencial da base de dados de geocaches como “inventário informal do espectro de oportunidades de recreio” (*cf.* p.CXIV, abaixo) e a respectiva diversidade; 2) atendendo à natureza institucional do instrumento, orientado por uma lógica classificatória académica e administrativa, aferir até que ponto os seus temas

<sup>155</sup> Disponível em <https://www.geocaching.com/hide/rate.aspx>. Em que são factores de ponderação no cálculo elementos como a extensão da caminhada a empreender, o tipo de pavimento, se é que este existe, o nível de inclinação *et cetera*.

coincidem com os tópicos pretexto do universo lúdico, vendo nisso potencial para avaliar a prevalência nos segundos da “reprodução” do imaginário social do tempo e mormente da sua coincidência com a representação mental do espaço na lógica dos seus significados do ponto de vista histórico e do ordenamento e gestão públicos<sup>156</sup>.

Após processamento, as categorias lexicais empregues no SIPA demonstraram coincidir em boa medida com o *corpus*, verificando-se a sua ocorrência em 41655 casos (79,6%) e a sua ausência em 10674 (20,4%, dentro dos quais se deve ter presente caberem as caches em que se empregam exclusivamente o inglês e outras línguas estrangeiras, as quais não foram consideradas separadamente por inexequibilidade prática.

Especificamente, foram correspondidos 465 termos (palavras individuais e expressões) repartidos por 78 categorias. Os termos ocorreram em média 7,3 vezes por caso, valor que desce para 3,91 vezes considerando apenas a primeira ocorrência (isto é, irrelevando a ocorrência repetida ora no título, ora no resumo ora na descrição).

Dito de outro modo, aplicando sem qualquer adaptação adicional o léxico do SIPA como sistema de classificação ao acervo de geocaches este revela-se adequado a 4/5 do inventário, permitindo em média enquadrar cada geocache em quatro categorias.

Quanto aos temas dominantes, agrupados por grandes categorias (Figura 8.6) em função da prevalência de termos específicos (Figura 8.7) estes revelam, em relação ao nosso segundo objectivo, uma relevante atracção em primeiro lugar pelo tema da autoridade, através da categoria “Edifícios e estruturas construídos militares e de segurança”, o qual se reparte em duas categorias:

- Edifícios e estruturas construídas de segurança: 89 casos ocorrentes
- Edifícios e estruturas construídas militares: 18785 casos ocorrentes

É assim sobretudo a memória histórica, associada aos vestígios marciais (e a termos tais Arsenal, Atalaia, Facho, Torre, Vigia, Bateria, Baluarte, Castelo, Cerca, Muralhas, Fortaleza, Forte, Fortim *et cetera*) que em primeira mão marca presença em 35,9% das geocaches, seguida, não muito longe, com idêntica natureza, pelos edifícios religiosos, em 21,27% dos casos.

Como segundo elemento preponderante de atracção surgem as estruturas culturais e recreativas (31,42% dos casos), entre as quais notavelmente os temas do “Parque” (10,69% dos casos), do “Lago” (4,93%), da “Mata” (4,9%), do “Jardim” (3,59%) do “Miradouro” (3,42%) e do “Museu” (3,03%), surgindo ainda, entre outros, em menor grau, o “Teatro” (0,97%), a “Galeria” (0,82%) e a “Biblioteca” (0,8%).

Significativamente, num jogo locativo, as referências às estruturas de comunicações e transportes marcam igualmente presença em 24,96% dos casos, destacando os tópicos da “ponte” (7,9%), da via “ferroviária” (1,41%), mas também o “cais” (0,93%), o “relógio” (0,9%) e o “farol” (0,66%). Enquanto as “infra-estruturas” *latu sensu* estão presentes em 23,26% das geocaches, reflectindo neste caso o continuado apelo **hipnótico da água**, através da chamada de atenção para a

---

<sup>156</sup> Assumindo o pressuposto de que as formas estaduais de classificação constituem “esquemas práticos de percepção, apreciação e acção” (Bourdieu, 2000, p. 175) cujo aparato institui um sentido de transcendência histórica que, incorporado pelos indivíduos, vem a assumir um carácter imanente e naturalizado. Parte do exercício simbólico do poder através da acção sobre a constituição das próprias estruturas cognitivas.

“fonte” (12,45% dos casos), a “barragem” (2,34%), o “poço” (2,12%), mas também o “canal”, o “tanque”, o “aqueduto” e a “represa” *et cetera*...

Em suma, colocados perante a possibilidade de engendrar livremente o espaço do jogo, os geocachers actuam de forma eminentemente reprodutiva, mostrando-se no grosso a memória pessoal de quem coloca as caches alinhada com a colectiva.

A existir, a diferencialidade do jogo locativo deve ser situada não tanto nos assuntos como nos processos e na forma como os temas dominantes, relativamente “convencionais”, são tratados.

De outra forma, nos termos da sociologia da cultura de Bourdieu (Hesmondhalgh, 2006; Jenkins, 2002, pp. 82-98) pode afirmar-se que o “inconsciente cultural” (Bourdieu, 1971, p. 180 e seg.s), inculcado sob acção do sistema de ensino e dos Meios de Massas, se revela determinante sobre as práticas de produção e consumo - por ex. na selecção daquilo que vale a pena ser visitado e fotografado (Bourdieu & Boltanski, 1990) e é transposto para os Meios Pessoais de comunicação na forma da plataforma locativa -. levando a que os indivíduos não interroguem que a sua "autonomia criativa" efectivamente imita, toma de empréstimo e glorifica a Cultura, mormente do espaço nacional, expressa como “atitudes, aptidões, conhecimentos, temas e problemas, em suma, todo o sistema de categorias de percepção e pensamento adquiridos pela aprendizagem sistemática que a escola organiza ou torna possível organizar” e perante o qual, “estritamente falando, se pode dizer que a *estética* não existe, excepto como *illusio* e conceito que continua a ser usado para perpetuar a violência simbólica” (Brown & Szeman, 2000, p. 4) e a mascarar as regras do jogo do *gosto*, orientadas pelos princípios da distinção, da glória e da honra que ditam as opções pelos estilos de vida e convertem as respectivas práticas culturais em ornamentos da busca do estatuto.

O grande *pool* de orientação do geocaching, cujos temas se constata tão bem se enquadrarem naqueles produzido pelos técnicos dos organismos públicos e o limite à sua arbitrariedade (à sua capacidade de desafiar o poder instituído) pode, neste caso, ser diagnosticado como residindo numa "boa vontade cultural" típica da pequena burguesia, ansiosa por emular os padrões do gosto tido como legítimo; de adquirir reconhecimento e demonstrar que comunga do léxico dominante de preferência a contestá-lo, prefigurando-se as geocaches como correspondente expressão de “gosto médio” e sua variante *ludicizada* (aligeirada).

**Figura 8.6 – Categorias principais de património mencionado nas geocaches**





Figura 8.7 – Aplicação do léxico das categorias de património SIPA ao inventário de geocaches (nuvem de palavras)

**FONTE\* ESTRADA\* PARQUE\* IGREJA\* CAPELA\* MONTE\***  
**PORTA\* LINHA\* PONTE\* CASTELO\* TORRE\* FORTE\* LAGO\* MATA\* VIA ÁRVORE\***  
**MARCO\* JARDIM\* MIRADOURO\* CÂMARA MUNICIPAL\* MEMÓRIA\* MUSEU\* TEMPLO\* ERMIDA\* BARRAGEM\* CONVENTO\***  
**CAFÉ\* FUNDAÇÃO\* POÇO\* CASAL LEVADA\* BANCO\* SOLAR\* JUNTA\_DE\_FREGUESIA\* MOSTEIRO\* MINA\* CRUZEIRO\* HOSPITAL\* CLUBE\***  
**MERCADO\* FÁBRICA\* CANAL\* SANTUÁRIO\* TANQUE\* QUINTA\* RESTAURANTE\* PALÁCIO\* FERROVIÁRIA\* FLUVIAL\* ABRIGO\* CASCATAS\* PISCINA\***  
**LAGAR\* FORNO\* PARQUE INFANTIL\* ILHAS\* POMBAL\* PADRÃO\* UNIVERSIDADE\* TÚNEL\* ANTA\* INSTITUTO\* MURALHAS\* TEATRO\* ALBERGARIA\* NICHOS\* CEMITÉRIO\***  
**CHAFARIZ\* CAIS\* CALDEIRA\* RELÓGIO\* HOTEL\* EIRA\* MARÍTIMA\* GALERIA\* BIBLIOTECA\* AÇUDE\* TAPADA\* QUARTEL\* ESTÁDIO\* DRIVE-IN\* ESCOLA PRIMÁRIA\* SÉ\***  
**RODOVIÁRIA\* AQUEDUTO\* PELOURINHO\* FAROL\* VILA LOJA\* FORTALEZA\* ALMINHAS\* ARQUIVO\* CALVÁRIO\* VIGIA APEADEIRO\* HERDADE\* TORRE SINIRA\* TERMAS\* CINEMA\* OFICINA\***  
**BALNEÁRIO\* LOJA\* ADEGA\* ATALAJA\* REFÚGIO\* PARQUE DE CAMPISMO\* SALINA\* SALÃO\* CADEIA\* RESERVATÓRIO\* CORETO\* TRIBUNAL\* FACULDADE\* ABADIA\* POUSSADA\* AEROPORTO\***  
**ANFITEATRO\* COMPLEXO DESPORTIVO\* RESSUA\* OBSERVATÓRIO\* ESTUVA\* MORADIA\* MEGROPOLE\* COLÉGIO\* TERMINAL\* LAR\* GERADOR\* CABANA\* VIVEIRO\* AUDITÓRIO\* FÓRUM\***  
**ASSEMBLEIA\* GRANJA\* CAMPANÁRIO\* CATEDRAL\* PALHEIRO\* CEGONHA\* ALINHAMENTO\* BATERIA\* ESTALEIRO\* CONFRARIA\* SEMINÁRIO\* PRISÃO\* DÔLMEN\* FORJA\* PALACETE\* POÇA\***  
**LABORATÓRIO\* CASA DE BANHO\* ESPIGUEIRO\* PORTO MARÍTIMO\* PONTÃO\* ARMAZÉM\* CISTERNA\* MALHADA\* CASA DO POVO\* CENTRO INTERPRETATIVO\* PAÇOS DO CONCELHO\***  
**NORA\* CENTRO DE SAÚDE\* FORÇA\* SEQUEIRO\* CAMPO DE JOGO\* LICEU\* DIRECÇÃO GERAL\* ESCOLA SECUNDÁRIA\* MESQUITA\* VIADUTO\* CENTRO CULTURAL\* BRANDA\* CABRIL\***  
**BALDIO\* POSTO DE TURISMO\* PIÃO\* ELEVADOR\* VIA SACRA\* CELEIRO\* AERÓDROMO\* CERCADO\* ARA MEMORIAL\* GINÁSIO\* CUBA\* FACHO\* FOJO\* DIQUE\* ASSOCIAÇÃO CULTURAL\***  
**CANASTRO\* MENIR\* BALUARTE\* CASINO\* GRAVURAS RUPESTRES\* ORATÓRIO\* DEPOSITO DE ÁGUA\* CASA MUSEU\* PICOTA\* MOLHE\* VIVENDA\* GARAGEM\* CENTRO COMERCIAL\* PRAÇA DE TOUROS\***  
**CENTRAL HIDROELÉCTRICA\* TABERNA\* GREMIO\* CLÍNICA\* REFEITÓRIO\* CENTRO DE DIA\* COLMEIA\* PASTELARIA\* JARDIM\* BARRAGEM\* ATELIER\* JARDIM DE INFÂNCIA\* QUIOSQUE\* SPA\* JAZIGO\* MERCARIA\***  
**RESIDÊNCIA PARQUIAL\* ASSOCIAÇÃO RECREATIVA\* ESTALAGEM\* SOCIEDADE RECREATIVA\* SILO\* TORRE DO RELÓGIO\* SHOPPING\* LAGO ARTIFICIAL\* CAVALARIÇA\* MESSE\* MATADOURO\* PORTAGEM\***  
**SARCÓFAGO\* PAOL\* PAÇO REAL\* HOSPEDARIA\* ENTREPÓSITO\* COELHEIRA\* MATERNIDADE\* METROPOLITANO\* SINAGOGA\* OBELISCO\* ASILO\* PARLAMENTO\* AUTÓDROMO\* VACARIA\* PRIORADO\* FUMEIRO\***  
**HORTO\* FOSSA\* PARQUE ECOLÓGICO\* PASSO PÚBLICO\* SANATÓRIO\* RECOLHIMENTO\* CANTINA\* GUARDA NACIONAL REPUBLICANA\* CENTRO EDUCATIVO\* PANTEAO\* PAÇO EPISCOPAL\* CERVEJARIA\* TASCIA\***  
**CRUCIFIXO\* MALHÃO\* ESTABULO\* EMBAXADA\* CALEIRA\* PAVILHÃO DESPORTIVO\* CONSERVATÓRIO\* DISCOTECA\* PARQUE TEMÁTICO\* CENTRO PARQUIAL\* HANGAR\* ESCOLA PROFSSIONAL\* FELVÁRIO\* CHALE\***  
**AVIÁRIO\* JARDIM ZOOLOGICO\* MARCO MILITAR\* ATL ARSENAL\* ESTAÇÃO ELEVATÓRIA\* MAUSOLÉU\* DUNAS\* AQUÁRIO\* FORTIM\* ESTABELECIMENTO PRISIONAL\* CAPELA MORTUARIA\* GAFARIA\***  
**DIRECÇÃO REGIONAL\* CASA MORTUARIA\* KARTÓDROMO\* ACADEMIA MILITAR\* MÃE DE ÁGUA\* ENFERMARIA\* HOSPIÇIO\* PICADEIRO\* SINDICATO\* CASA DE CHÁ\* ASCENSOR\* COLÉGIO MILITAR\***  
**ASSEMBLEIA MUNICIPAL\* REPARTIÇÃO DE FINANÇAS\* TULHA\* CAPOEIRA\* CENTRAL ELÉCTRICA\* ATERRO SANITÁRIO\* PLANETÁRIO\* PENSÃO\* THOLO\* GROTTOS\* CHANCELARIA\* CROMELGA\* TEMPLE\***  
**PORTO FLUVIAL\* COCHERAS\* CTT\* CAMPO DE BATALHA\* FAROLIM\* INTERNATO\* SEPULTURA ANTROPOMÓRFICA\* POÇILGA\* COLISEU\* HIPERMERCADO\* COLÓNIA DE FERIAS\* CASA DO GOVERNADOR\***  
**ESTAÇÃO METEOROLÓGICA\* QUIL\* ARBORETO\* COOPERATIVA AGRÍCOLA\* RESIDÊNCIA OFICIAL\* CONSULADO\* ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ÁGUA\* NOVICHADO\* COQUELARIA\* LAZARETO\***  
**POLÍCIA DE SEGURANÇA PÚBLICA\* BASE MILITAR\* QUARTEL DA GNR\* HIPÓDROMO\* CAPITANIA DO PORTO\* CHOÇA\* POSTO DA GNR\* CENTRO DE ACOLHIMENTO\* CAPELA FUNERARIA\* ESCOLA TÉCNICA\***  
**MONUMENTO COMEMORATIVO\* PARQUE BOTÂNICO\* PROVIDORIA\* AGREMIAÇÃO\* MARÉGRAFO\* QUELARIA\* PRESIDIO MILITAR\* ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ÁGUAS RESIDUAIS\* ERMITÉRIO\* CAMPA RASA\***  
**CASA DO ERMITÃO\* CAMPO DE AVIAÇÃO\* POLÍCIA JUDICIÁRIA\* POSTO DA GUARDA FISCAL\* PÉRGULA\* ESCOLA SUPERIOR DE MÚSICA\* QUARTEL DE BOMBEIROS\* CENTRO RECREATIVO\* ORFANATO\***  
**CASA DE ESPECTACULO\* POSTO DE ABASTECIMENTO\* OCEANÁRIO\* CENTRO EQUESTRE\* CASA DE REPOUSO\* SÍTIO\* MARCO DE FRONTEIRA\* RIETA\* SALÃO DE CHÁ\* GRUTA ARTIFICIAL\* MEDIATECA\***  
**ESTAÇÃO AGRÁRIA\* CARAMANCHÃO\* MARCO DE LÉGUA\* CENTRAL TÉRMICA\* CASA ABRIGO\* ARCO DE TRIUNFO\* CERCA CONVENCIONAL\* OSSÁRIO\* ESCOLA DO ENSINO BÁSICO\* PAVILHÃO DE CAÇA\***  
**POSTO DE SAÚDE\* VILA OPERÁRIA\* SOPA DOS POBRES\* MINARETE\* VELODROMO\* PENITENCIÁRIA\* CENTRAL NUCLEAR\* CASA DE FRESCO\* CENTRO DE MEDICINA\* CADEIA COMARCÁ\***  
**MARCO DE CRUZAMENTO\* EDIFÍCIO DO GOVERNO CIVIL\* ANIMATÓGRAFO\* CINETEATRO\* CASA DE PASTO\* VIDEOTECA\* PAÇO DUCAL\* MOTEL\* POLÍCIA MUNICIPAL\* REFORMATÓRIO\* LIMITE DE FREGUESIA\***  
**CELEIRO COMUM\* EDIFÍCIO DA ALFÂNDEGA\* ESTAÇÃO DE CORRIEIO\* ESTAÇÃO DA MALAROSTA\* PALÁCIO DO GOVERNO\* CADEIA CIVIL\* CASA DE CRÉDITO\* CENTRO DE JURENTIA\***  
**CASA DE TURISMO RURAL\* CASINHA DE PRAZER\* CRENATÓRIO\* CROMELGA\* CINEMATECA\* NUNCIATURA\* APIÁRIO\* CENTRO DE ACOLHIMENTO TEMPORÁRIO\* CANTINA ESCOLAR\* CENTRAL GEOTÉRMICA\***  
**SEGURADORA\* CASA ABASTADA\* CENTRAL SOLAR\* CRUZEIRO DE ENCROUZILHADA\* EDIFÍCIO DA GUARDA FISCAL\* ESTABELECIMENTO HOTELEIRO\* ESTAÇÃO TELEGRÁFICA\* IGREJA DE PEREGRINAÇÃO\***  
**PREVENTÓRIO\* PROCURADORIA NITREIRA\* PAVILHÃO DE EXPOSIÇÕES\* PAÇO PATRIARCAL\* POÇO DE NEVE\* CHAFARZADO\* MORABITO\* ESTAÇÃO ZOOTÉCNICA\* VEDORIA\* BOLSA DE VALORES\* CABANAL\***  
**CADEIA REGIONAL\* CAMPO DE TRABALHO\* CARDANHO\* CASA DA COMENDA\* CASA DA MALTA\* CASA DA RODA\* CASA DE TURISMO DE HABITAÇÃO\* CASA DO COMENDADOR\* CASA DO GOVERNO\***  
**COLÓNIA PENAL\* DISPENSÁRIO\* EDIFÍCIO DE ESCRITÓRIOS\* FOMOTECA\* FONTE ORNAMENTAL\* HEMEROTECA\* POÇO CISTERNA\* PRISÃO HOSPITAL\* QUARTEL DA GUARDA FISCAL\* RECOLHIMENTO ESPIRITUAL\***  
**SNACKBAR\* SOCIEDADE CULTURAL\* INSULA\***

Nota: Termos ordenados por frequência decrescente por caso, em que um tipo de letra maior corresponde a maior ocorrência.

## 8.2 DINÂMICAS DE DESLOCAÇÃO E DISTÂNCIA

A característica distintiva do jogo locativo é o impulso que ele imprime às deslocações. No instante actual deste trabalho é sobre estas e sobre a passibilidade do jogo actuar como forma de renovação e expansão de horizontes que nos vamos debruçar.

Antes de reunirmos elementos que permitam avaliar a relação da adopção da comunicação mediada e o efeito da disponibilidade da tecnologia com os padrões de deslocação de quem o pratica e a usa, procederemos ao seu enquadramento, relacionando mobilidade e sociabilidade e associando a necessidade de realização pessoal à importância da renovação de horizontes, momento através do exercício da vista.

### 8.2.1 TRANSLOCALIDADE E TRANSSOCIABILIDADE

No final da parte em que revimos os tipos-ideais do *flâneur*, do “estranho” e do “cosmopolita” no quadro da moderna sociedade informacional, permanentemente portadora de tecnologias de comunicação e localização em rede, pronunciamos-nos no sentido da inadequação do tipo de maniqueísmo que à semelhança da forma como se quis no passado fazer contrastar o espaço físico com o espaço virtual pretende entender a globalização como engendrando um abismo de motilidade, entre nomadismo e sedentarismo, entre fluxos e lugares e entre elites cosmopolitas e populações eminentemente locais. Uma tal oposição parece infrutífera por duas grandes ordens de razões: em primeiro lugar porque não há uma “mobilidade”, há um conjunto de “mobilidades” de que a deslocação corpórea das pessoas é apenas uma das expressões que, para além de minoritária, nem sequer é homogénea – havendo que distinguir a mobilidade permanente como exigência profissional, na forma da migração seja dentro de fronteiras, para pólos economicamente dinâmicos, seja para fora delas, da

pura deslocação por lazer; e havendo ainda que considerar os tipos de viagem virtual ou imaginada cada vez mais acessíveis através da Internet e a mobilidade dos objectos (tangíveis e crescentemente intangíveis, como produtos culturais). Em segundo lugar, porque é um confronto com pouco valor operativo; porque, ao menos nas economias afluentes, não corresponde aos anseios das pessoas e não é algo que as possa mobilizar ou constituir directamente a base de um projecto político, encerrando bem pelo contrário uma visão inerentemente elitista que tem implícito que quem não tem meios para se deslocar e ver o mundo está mais próximo do caminho da “pacovice” e quartado dos proventos do capital social que tal confere. Na senda deste último argumento, no seu estudo da mobilidade dos trabalhadores chineses, correlacionando esta com o acesso à tecnologia, Qiu (2009, p. 12) nota analogamente que “a existência de info-excluídos como categoria de estratificação social alargada não pode ser feita equivaler à ascensão de uma nova classe de trabalhadores. Isto é, os info-excluídos podem ser vistos como uma ‘classe *em si* mesma’ definida por um posicionamento tecnossocial semelhante no mercado de trabalho das TIC, mas não é ainda uma ‘classe *por si* mesma’, o que requer mais organização e processos culturais e políticos que produzem uma identidade colectiva, solidariedade e empoderamento”

A mesma questão pode ser colocada ao inverso: a estirpe dos *globetrotters* é inerentemente individualista e multinacional. Conquanto comungue características de gosto e estilo de vida, em última análise materializadas no tipo de bens que consome e de espaços que frequenta em que a cor do cartão do crédito, ora dourada ora prateada, é um indicador de acessibilidade, as suas características em comum ficam-se mais ou menos por aí. Nos aeroportos, na “classe executiva” e nos “Radissons” são de outra forma eminentemente estranhos que se cruzam, sem particular contubérnio.

Dentro das visões que temos vindo a subscrever, pós-estruturalista, para quem a identidade se constitui como forma de discurso e neomarxista, para quem esse mesmo discurso constringe a subjectividade na medida da objectificação do mundo fazendo rodear o indivíduo do sistemático bombardeio de mensagens publicitárias e mediáticas que tornam difícil discernir onde começa e acaba o livre-arbítrio, tornando a afirmação pessoal num processo de posicionamento perante a abundância dos recursos e eminentemente de gestão do estatuto pela cooptação da sua afiliação simbólica, de tal modo que “liberdade” e variedade e opções de escolha na condição de consumidor quase se tornam sinónimos, é preciso lidar com cuidado com o argumento quanto à disseminação do cosmopolitismo também porque “a presença de formas de consumismo cosmopolita (...) não constitui por si prova de que as fronteiras nacionais se estejam a derreter. Nem sugere que um modelo mundial único de lazer esteja a emergir rapidamente” (Rojek, Shaw, & Veal, 2006, p. 475 e seg.s).

A globalização impõe uma gestão da mobilidade (Kesselring & Vogl, 2008) que pode ser operativa e estratégica no plano corporativo, nas quais assume os foros de um equacionamento eminentemente económico, como “deslocalização” e balanço entre custos e proveitos, comparativamente fáceis de entender, porém, no outro limite do espectro, a nível pessoal e individual os critérios para a locomoção são sobremaneira mais complexos. As opções tomam-se em função do balanço de um conjunto de factores em que a preferência pela fixidez contrasta com e é tão forte como as razões para o nomadismo; em que no plano social a possibilidade de transcender a distância e gerar

**proximidade** contrasta com a necessidade de **privacidade**, resguardo e intimidade; em que no plano ambiental o instinto do abrigo e da **reclusão** se opõe à atracção da deslocação e do **ar-livre**; em que no plano informativo a **apatia** contrasta com a **curiosidade**; e em que enfim no tocante ao espaço o **afecto** pelos lugares se opõe ao seu **sem sabor** (Augé, 1995; Kellerman, 2006, p. 20 e seg.s; Kesselring, 2006; Ritzer, 2004).

Assim, para conceptualizar a forma como as tecnologias se relacionam com a mudança social ao nível da experiência do espaço e dos lugares, evitando ao mesmo tempo recair numa situação em que “se a mobilidade é tudo, então não é nada” (Adey, 2006), talvez seja mais oportuno aceitar as sugestões de Cresswell (2006, 2010), de Postill (2011), de Kaufmann e Montulet (2008) e de Kellerman (2006, p. 30 e seg.s) perspectivando mobilidade e motilidade como produtos sociais, bens e metas de consumo que por si nada explicam e devem pelo contrário ser explicados optando analiticamente por um lado em linha com Bourdieu pelo conceito de “campo social” – admitindo que em cada circunstância o que pode ser feito, o leque de acções possíveis, é definido através da relação entre a estrutura de expectativas que o indivíduo encerra e a estrutura de possibilidades que constitui cada espaço social em particular (Susen & Turner, 2011, p. 353) e que no campo social da mobilidade os diversos tipos de capital (económico, cultural, social, educacional.. - *cf.* p. acima, p.101), são sempre avaliados em função dos demais campos sociais em que o indivíduo se integra (Wynne, 1998, p. 49), impossibilitando um modelo “uniforme” e a dificuldade em “mapear” o sujeito (Pile & Thrift, 1995, p. 30), porque as suas circunstâncias jamais são idênticas - de forma a desbloquear o impasse entre a ideia simplista de que as “redes” são globais e as “comunidades” eminentemente situadas, adoptando em conformidade por conceitos alternativos como translocalidade e transsocialidade, como formulações que melhor permitem entender a dinâmica de associação do indivíduo aos lugares e entender porque é que ele opta por se deslocar. Opções relativamente às quais as tecnologias sem fios operam simultaneamente como forças constringedoras e correias de transmissão das forças de mercado e de uma “cultura da mobilidade pessoal” (noutra parte sugerimos que elas actuam como *doxa*, *cf.* acima, p. 98) e como elementos capacitadores passíveis de auxiliar a decisão e de fornecer leques de escolha, relativamente aos quais os indivíduos se posicionam e se ajustam tomando decisões, inclusive de deslocação, em função do prazer que lhe proporcionam e do poder apercibido que lhe conferem, mormente em termos de apropriação do estatuto simbólico.

No quadro da dinâmica de domínio (que individualmente equivale à prossecução do reforço da posição pessoal) o problema compreende-se melhor se nos colocarmos a questão do ovo e da galinha: as pessoas deslocam-se porque têm capital ou obtêm capital porque se deslocam? No primeiro caso, a motilidade seria a causa, e a mobilidade a consequência no segundo a relação seria a inversa, a mobilidade seria a causa e a motilidade eminentemente a consequência.

Em todo o caso, a resposta só se torna simples optando por uma acepção particular de mobilidade, mormente a corpórea, mais fácil de pronunciar em função da afluência material. A mesma resposta torna-se, porém, virtualmente impossível quando se considera os diversos tipos e dimensões possíveis para a mobilidade. Não há, por conseguinte, uma “resposta”, mas “respostas” atendendo a infinitas variáveis e fundamentalmente a pergunta não serve porque não leva a nenhuma parte útil.

Em ultimíssima análise, é certo, a liberdade de movimento estará sempre condicionada nalgum grau por factores materiais, não obstante o que o emprego da tecnologia locativa nos diz é que o espectro possível desses factores é articulável de forma muito mais flexível e em termos da classe média virtualmente infinitamente elásticos uma vez entremos nos domínios da afiliação simbólica e da comunicação mediada, nas redes sociais.

Associada às tecnologias de comunicação, a expressão “translocalidade” convém pelo menos dois sentidos distintos: primeiro, como *place attachment* entre lugares e pessoas neles, propendendo para o foco de atenção no físico e para a forma como as tecnologias o interligam; segundo, como reportada à passibilidade de o indivíduo permutar instantaneamente entre os contextos físico e virtual, propendendo para o foco de atenção no segundo e para a possibilidade da sua autonomização.

No primeiro sentido, as redes translocais são vistas como “redes que reflectem múltiplas ligações a lugares resultando dos padrões migratórios ao longo da vida, tradicionalmente mantidas através da comunicação face-a-face, do correio e do telefone, mas que agora encontram formas convenientes e mais eficientes de expressão através das TIC” (Cartier, Castells, and Qiu 2005, 24).

No segundo sentido, reflectindo sobre o domínio particular dos ambientes virtuais promovidos pela aplicação lúdica da tecnologia, salienta-se que nos termos do “círculo mágico” de Huizinga a translocalidade do jogo repousa menos no engendramento de um espaço autónomo do que na suspensão do espaço convencional gerando uma atmosfera particular dentro dele em que as regras habituais são temporariamente postas de lado. O domínio do jogo tecnologicamente assistido, inclusive locativo, não surge necessariamente ao arpejo das circunstâncias sociais mas integrado nelas (Boellstorff, 2010).

As tecnologias da localização acrescentam-lhe um terceiro sentido, imbricando os dois anteriores, em que a **“translocalidade” gera “transsociabilidade”** e em que os “campos sociais” em rede conhecem uma demarcação de fronteiras menos óbvia entre os que estão “por dentro” e “por fora” do que a operada em função da contiguidade espacial feita em função da partilha próxima de um “território”.

Como actividade translocal o geocaching revela que a repartição entre pontos de fidelidade não é necessariamente apanágio nem das diásporas nem dos migrantes pendulares como classes desfavorecidas, o GPS tem implícito um convite semelhante no campo do lazer. As plataformas locativas demonstram que tal ferrete é limitado e que se abrem igualmente novas oportunidades dentro do que Appadurai (1996) designa por *technoscapes*, permitindo o desenvolvimento de padrões particulares de laços sociais em que se através das comunicações sem fios se começou por se permitir “uma gestão conectada das relações sociais em que a parte ausente ganhou presença através da multiplicação de gestos de comunicação mediada” (Licoppe, 2004), presentemente, com a inclusão da localização, se enriquece e se elege a experiência do local como propriedade fenomenológica da vida social (Ritzer, 2007a, p. 135).

Ou seja, a discussão evoluiu da forma como as tecnologias móveis ligam pessoas repartidas por distintos lugares – e como é que, quanto muito, imersas nestes elas articulavam a relação entre o contexto físico e os contextos virtuais - e passou a ser sobre como é que os lugares eles próprios levam as pessoas

a dialogar através das tecnologias – e como é que o contexto virtual é alavancado através da introdução do contexto físico e do conhecimento concreto dos lugares.

Enquanto no debate original sobre o uso dos telemóveis, com certa frequência se salientava a abstracção que eles promoviam entre o utilizador e o seu contexto contíguo – por exemplo, o indivíduo podia estar materialmente no autocarro, mas o seu espírito estaria ausente, absorto numa chamada telefónica, como poderia estar no trabalho, mas efectivamente envolvido através do seu computador na problemática da sua participação numa rede social – com o GPS e a geolocalização é a comunicação que passa a vir ao encontro do indivíduo, não como elemento de alheamento, mas com colação concreta, chamando a sua atenção para aspectos particular do espaço que o rodeia. O *locus* da discussão deslocou-se, em suma, para como a comunicação mediada deixou de ser um elemento dissociativo para passar a ser um elemento associativo e sobre como essa associação é simultaneamente ao espaço e aos indivíduos nele imbuídos (*cf.* a admissão de um geocacher que a seguir se reproduz).

Graças à capacidade de mobilização, e muitas vezes ao altruísmo dos geocachers, foram possíveis algumas aventuras que recordamos com imenso agrado, como por exemplo as visitas ao Bugio (GC2E26A) ou à Ilha do Rato (GCQXDH), locais tão próximos, mas que dificilmente visitaríamos se não fosse o geocaching. (TL, GM 13)

Na sugestão de Wellman (*cf.* acima, p.86), se os modos de comunicação e associação teriam evoluído de ser lugar-a-lugar para passarem a ser pessoa-a-pessoa, podemos admitir que nos jogos locativos móveis existe uma reversão das características e que a comunicação passou a ser entre pessoas sobrecientes dos lugares.

Quanto à relação destas com os últimos, olhando as práticas prosseguidas através do geocaching, é preciso distinguir analiticamente a “translocalidade” como realidade própria da dispersão da marca identitária dos sujeitos entre pontos no espaço, tipicamente exponenciada pelos pontos de interesse do casal (a forma mais frequente da *team*) que constitui o agregado familiar, da pura deslocação. A “translocalidade” no geocaching é constatável na produção das caches e na qualidade dos geocachers enquanto *owners*, mas não é transponível para a suas deambulações pois nesse caso a relação com os lugares de passagem é eminentemente perfunctória. Assim, a marca de água dos jogos locativos consiste não tanto numa fidelidade “translocal”, mas no convite à expansão de horizontes através da descoberta de locais a onde de outra forma não se iria. Em acréscimo, organizados em plataformas virtuais, eles instituem formas de transsocialidade em que, parafraseando, se instituem redes que reflectem múltiplas ligações a pessoas resultando dos padrões de deslocação no seio do jogo, tradicionalmente desenvolvidas em proximidade através da comunicação face-a-face, mas que agora encontram formas convenientes e mais eficientes de encontro, expressão e desenvolvimento à distância através das TIC.

No quadro que emerge da utilização das comunicações móveis, quando os utilizadores colocam o espaço privado multilocal da conversação sobre o espaço público unilocal, “o que emerge não é o colapso do lugar, mas ao invés a subtil integração das nossas interacções com outros lugares e agentes no fluxo da nossa experiência quotidiana” (Couldry, 2004, p. 8).

**O valor do jogo locativo móvel reside na densificação do espaço**, naquilo que Fortunati (2002) define como tentativa tanto de alargar a sua superfície horizontalmente (indo mais longe) como de o estender verticalmente (adensando-o) maximizando simultaneamente a duração do tempo e as

experiências de locomoção através das tecnologias móveis.

Os gráficos exemplificativos das deslocações de geocachers em função da sua qualidade de produtores e consumidores de caches indiciam isto mesmo: que as opções que presidem à colocação das caches constituem uma marca identitária que revela as deslocações/destinos habituais rumo a pontos de enraizamento enquanto a exploração é eminentemente feita nos percursos de consumo. Por exemplo, na **Figura 8.8** encontramos a expressão gráfica tipo de um casal de geocachers cujos percursos de colocação das caches se repartem em função da proximidade à residência, na zona da Grande Lisboa e de férias, ora de Verão, pontualmente, no Algarve, ora nas quadras religiosas, com a típica deslocação aos locais onde têm as raízes, compondo um triângulo e sequências de acção quase perfeitamente alternados.

Para a generalidade dos seus praticantes, o geocaching não muda o sentido axial das deslocações nem dos “*place attachments*”, o que ele eminentemente tem por consequência é por um lado adensar a vivência das rotas entre estes, sugerindo *detours* e por outro de algum modo “forçar” o indivíduo a ser criativo, aprofundando a sua atenção aos detalhes dos espaços familiares de modo a encontrar pontos de vista alternativos e suficientemente apelativos que possam constituir um pretexto para colocar uma cache.

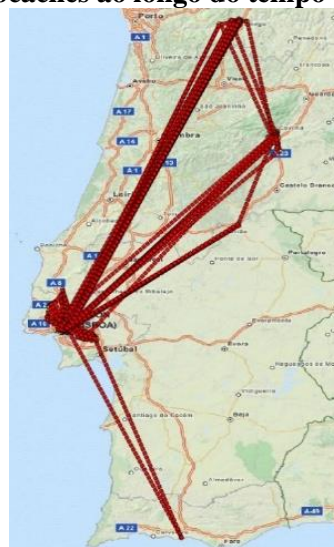
Nos termos de Lefebvre (*cf.* acima, p.23), a produção é um acto íntimo e quente enquanto o consumo surge como acto distanciado; ambos revelam motilidade, porém o segundo é ainda assim mais dinâmico (e quantitativamente expressivo) do que o primeiro por razões afectivas (em que a importância da gratificação pela competição e pelo coleccionismo de feitos prevalecem sobre o percurso de vida) e práticas/ímediatas (porque é mais cómodo e absorve menos esforço consumir do que produzir).

Se aceitarmos a sugestão de Archer, num mundo globalizado, perante a velocidade da mudança dos processos e tecnologias produtivas, a continuidade contextual está a ser erodida e passou a ser a excepção que só se mantém com o preço da obsolescência dando lugar à “lógica situacional da oportunidade”. Nesse caso, a "continuidade contextual" é superada pela "oportunidade situacional" levando as pessoas a deslocações em que “os prémios vão para aqueles que detectam, manipulam e encontram aplicações para as ligações entre pedaços de informação previamente não relacionados; aqueles que não têm necessariamente conexão uns com os outros mas cuja compatibilidade contingente pode ser explorada vantajosamente” e em que “os vencedores se convertem em tal através da extrusão e extensão das suas habilidades para corresponder ao leque de oportunidades em rápida mudança ou, melhor ainda, criando as suas próprias oportunidades através da sua habilidade em inovar em condições de contingência” (Archer, 2010, p. 136).

No contexto do jogo locativo móvel, retirar partido das oportunidades é também apropriar-se das tecnologias de localização estabelecendo associações inéditas entre as propriedades dos lugares. É simultaneamente sugerir e apropriar-se de significados e é converter esse processo de apropriação num modo de experiência do espaço, fazendo dele, mais do que nunca, um campo social e um instrumento de sociabilidade.

Podemos assim ver no geocaching e nos geocachers uma forma de oportunismo aplicado ao campo do lazer que se traduz na apropriação da tecnologia como forma inovadora da nova lógica situacional; como maximização/intensificação do espaço-tempo e como incorporação da lógica global da rede enquanto ambiente simbólico que converte o virtual no real, instituindo-a como instrumento de capacitação pessoal, de condicionamento do movimento do e de sugestão de atribuição de significado pelo outro bem como um pretexto para a sua interpelação; de afirmação e de diálogo. Instrumento transsocial materializador não só de uma associação de prática transnacional (por exemplo possibilitando que um geocacher em deslocação encontre familiaridade na interface e ao menos tempo peculiaridade na experiência, descobrindo sítios onde o turista convencional normalmente não vai), disponibilizando e partilhando numa plataforma comum o conhecimento local dos seus praticantes; constituindo ainda um instrumento articulador e um ponto de ligação das diversas comunidades de proximidade e das diversas fidelidades que os seus praticantes colecionaram ao longo da vida.

**Figura 8.8 – Exemplo específico de padrão de colocação de geocaches ao longo do tempo**



Nota: As linhas foram traçadas seguindo a ordem cronológica de colocação das geocaches, ponto a ponto. O padrão resulta da actividade de colocação de 344 caches ao longo de 6 anos.

### 8.2.2 FUNÇÃO DA DESLOCAÇÃO COMO RENOVAÇÃO DE HORIZONTES

Maslow (1970) coloca no topo da sua hierarquia de necessidades humanas a de auto-actualização como cúmulo da realização pessoal. A deslocação como forma de renovar horizontes, sugerimos, é desta um componente essencial<sup>157</sup>. É-o por pelo menos duas eminentes ordens de razões.

Em primeiro lugar, de um ponto de vista fenomenológico, nos termos de Merleau-Ponty repescados por Farman (2012), a deslocação é essencial para sabermos quem somos. É através da deslocação do nosso corpo no mundo que conhecemos o nosso lugar nele pois os limites do corpo constituem uma fronteira que as relações espaciais normalmente não atravessam.

Corpo e espaço constituem-se mutuamente e o segundo não existe sem ser preenchido pelo primeiro, “as suas partes relacionam-se de uma forma peculiar: não estão separadas lado a lado, mas envolvidas umas nas outras” (Merleau-Ponty, 1962, p. 85). O espaço é construído pelo nosso sentido simultâneo de presença corpórea e o nosso sentido de lugar não se pode constituir sem o

<sup>157</sup> Analogamente, Tuan (1977, pp. 51-52) formula-o através da antítese entre os sentimentos de “espaciosidade e apinhamento” (*spaciousness and crowding*) associando na cultura ocidental a primeira ao senso de se ser livre. A liberdade implica espaço; “implica ter o poder e a amplitude para agir”. Nesta medida, a possibilidade de deslocação e experiência dos atributos do espaço *desafogam*, conferem a sensação de se ter *margem de manobra*. Na mesma medida, “uma pessoa imóvel terá dificuldade em dominar mesmo as noções mais elementares do espaço abstracto, pois essas ideias desenvolvem-se a partir do movimento – através da experiência directa do espaço através dele.”

desenvolvimento de um protótipo mental do espaço que nos rodeia.

Posto de forma mais terra-a-terra: não se pode ter uma ideia adequada do “mundo” sem nele submergir.

Em segundo lugar, porque a deslocação, mormente lúdica, como forma de deriva, admite um contacto com a diversidade e uma quebra da rotina essenciais, inclusive de um ponto de vista psicanalítico, como libertação nem que seja circunstancial dos laços e compromissos que nos compelem ao sedentarismo e nos fixam aos lugares. A razão mais óbvia para viajar é o prazer, a possibilidade de contactar com outros ambientes, lugares e pessoas. A “viagem” mormente turística constitui desta forma um ritual compensatório e uma performance num “espaço liminar onde as regras e as restrições da vida rotineira são relaxadas” (Urry, 1995, p. 17).

Entre outros, Rojek e Urry (1997, p. 5); Urry e Larsen (2011, p. 163) demonstram ainda como o moderno turismo de massas é inseparável do **exercício dos sentidos** e em particular da instituição do **predomínio da cultura visual**<sup>158</sup> manifesta na *kodakização* da experiência através da generalizada e paralela adopção da prática da captura fotográfica<sup>159</sup>, que a omnipresença dos telemóveis vem reforçar, permitindo ainda, mais recentemente, através da sua disseminação nos sítios locativos, formas de **“viagem pelas memórias”** para o próprio e o seu círculo imediato e de **“mobilidade imaginária”** para os demais (o “olhar”, recorde-se, constitui de resto parte essencial do exercício de *flânerie*).

Assim, associada ao exercício anterior, a deslocação é igualmente relevante na medida em que torna literalmente possível a “renovação de horizontes”, o desempenho da busca da “vista” privilegiada e da possibilidade de se erguer acima do mundano, contemplando num único golpe uma paisagem vasta e o conjunto de uma região. O espaço aberto do “miradouro” perfila-se em frente dos olhos do mirante como sugestão de uma pluralidade ampla de possibilidades de acção futura, conferindo uma sensação

---

<sup>158</sup> Para um aprofundamento da relação entre modernidade e “ocularcentrismo”, posicionando inclusive o instrumento “mapa” no afã colonial do moderno estado-nação, como expressão racional-visual de domínio pela cartografia vejam-se o excelente capítulo de Barney Warf, *From surfaces to networks*, no volume por si editado (Warf & Arias, 2009, pp. 59-76). O mesmo esforço é articulado por Cartier e Lew (2005, p. 49 e seg.s) em termos da constituição da subjectividade na modernidade como “mundo de exposições” em que o “olhar” permite uma forma conforme de “conhecimento distanciado”. Já para uma elaboração do conceito de *tourist gaze* em Urry consulte-se o capítulo da sua autoria em Jaworski e Pritchard (2005, pp. 19-27), no qual se tipifica a sua natureza como olhar “espectatorial”, “reverencial”, “antropológico”, “ambiental” e “mediatizado”, respectivamente, bem como as excelentes aplicações ao contemporâneo universo mediático de auto-comunicação de massas que se encontram em Wilson (2009, p. 152 e seg.s), em Katz (2014, p. 193 e seg.s) bem como na orientação omnipresente nos diversos estudos que compõem o volume editado por Crouch, Jackson & Thompson (2005). Em contrapartida, para uma apreciação crítica desta mesma perspectiva, mormente na óptica da academia alemã, saliente-se as diversas invocações em Dann e Parrinello (2009, p. 93), reprovando entre outras, uma apropriação inadequada do *regard* em Foucault e um excesso de ênfase colocado no sentido da visão.

<sup>159</sup> Numa colação mais larga, a fotografia como forma de expressão em que à câmara fotográfica são reconhecidas “capacidades gémeas de subjectivar e objectivar a realidade”, desempenhando simultaneamente uma função ideológica em que a mudança social é substituída pela alternância das imagens num processo em que estas servem para estimular a compra e anestesiar as contradições existenciais, actuando como espectáculo para entretenimento das massas e como objecto de vigilância para os governantes é de resto algo exemplarmente explorado por Sontag (2005, p. 170), originalmente em 1973. Por acaso ou não, é o próprio Bourdieu quem oito anos antes, num dos seus trabalhos comparativamente menos citados (Bourdieu & Boltanski, 1990, p. 73 e seg.s), toma igualmente a análise da prática fotográfica como prelúdio exemplar para a definição do seu *habitus*, precisamente pela sua capacidade dual de “subjectivar” (permitir a expressão individual) e “objectivar”, levando à expressão na conduta, como “arte que imita a arte”, de um gosto médio, situado entre a “alta cultura” e a cultura “popular” (*cf.* ainda p. 171).



de transcendência da condição presente e transmitindo-lhe uma impressão de liberdade. Na acepção de Lefebvre (1991b, p. 236), “o espaço horizontal simboliza submissão, o vertical poder...”:

O “panóptico” de Foucault pode neste caso ser contrastado com o “panorama”. Enquanto o primeiro corresponde a um dispositivo que institui um estado de permanente vigilância e induz o receio de se ser permanentemente escrutinado, o segundo corresponde à ânsia inversa: a ânsia de poder ver tudo ou pelo menos o máximo possível, em 360 graus<sup>160</sup>.

Ambos constituem metáforas fortes para a aplicação da moderna tecnologia, todavia, ao contrário do que se possa pensar, os exemplos e as aplicações práticas do panorama, como dispositivo construído e forma de realidade aumentada, são historicamente muito mais abundantes<sup>161</sup>.

A importância do panorama natural encontra expressão no geocaching através da constatação de uma correlação positiva entre a altitude do local onde a geocache está colocada e a votação que lhe é atribuída (Quadro 8.6). Caches em locais mais elevados, fornecendo inerentemente melhores “pontos de vista,” tendem coincidentemente a receber pontuações mais elevadas.

**Quadro 8.6 – Correlação entre altitude do lugar e votação média atribuída**

		Votação Média
Altitude	Correlação de Pearson	,115**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	7714

\*\* A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral). Caches votadas, situadas em Portugal Continental.

Comparativamente com outros sentidos, a primordialidade do exercício da visão (Figura 8.9) encontra-se igualmente manifesta no léxico empregue nas descrições da experiência de busca das geocaches (*logs*) em que 35% dos casos da amostra dos aprox. 425 mil registos correspondentes a deslocações empreendidas pelos respondentes ao nosso inquérito, revela a utilização de cores, objectos e verbos relacionados com o acto de ver e em que a “vista”, especificamente, constitui o segundo termo parte do *Regressive Imagery Dictionary* mais empregue, sendo motivo de elogio em mais de 10% dos registos, em invocações, aleatoriamente escolhidas, tais:

“Os locais onde as caches estão escondidas têm vistas espectaculares e recomendo a todos fazer este percurso.

A cache apareceu de boa saúde, o sítio era desconhecido com boas vistas!

Bem valeu as vistas e o som das ondas quanto à cache...népia!

<sup>160</sup> Alternativamente, doutro ponto de vista, Mathiensen (1997) opõe o conceito de *sinóptico*, de tal forma que enquanto no primeiro poucos observavam muitos, no segundo muitos observam poucos [e.g. o caso dos *reality shows* ou as “novelas” em torno de personalidades promovidas pelas *revistas do coração* – cf. Andrejevic (2004)]. O resultado é idêntico: o panóptico enfatiza a condição do indivíduo como “vigiado” o sinóptico como “vigilante”. Conjugando ambos, admite-se que, presentemente, nos ambientes das plataformas em rede, as tecnologias de comunicação pessoal estendem as formas de monitorização, seja de “vigilância lateral” (Andrejevic, 2005) seja de “vigilância social” (Marwick, 2012) entre pares, permitindo aos indivíduos “controlarem-se” mutuamente, tanto como estratégia de antecipação do risco nas relações como enquanto “internalização do olhar vigiado” (isto é, condicionamento pelo facto de se saber observado). Veja-se ainda Allmer (2015, p. 24 e seg.s), Christensen e Jansson (2014) e Jansson (2012).

<sup>161</sup> Para uma apreciação histórica do panorama construído enquanto tecnologia de entretenimento e forma perscrutora de realidade virtual móvel e imersiva vejam-se particularmente Cross e Proctor (2014, p. 178 e seg.s), Shields (2003, p. 9), Cameron e Kenderdine (2007, p. 301); Hansen (2004, p. 42) e Lister (2008, p. 121).

Este local já o conhecia, mas a vista é sempre magnífica

Que grandioso local, com umas vistas exuberantes e até privilegiadas sobre toda a Costa. Espectacular e valeu bem esforço de lá ter chegado!!!!

Não foi fácil lá chegar, mas a vista valeu o esforço.

Percurso lindíssimo com vistas de cortar a respiração para quem gosta da natureza e de estar com os amigos em ambientes que promovem o bem-estar e a partilha de emoções.

Foi uma volta muito boa, vistas magníficas,

(...) vistas fascinantes e um local um pouco místico, pelo menos pelas estruturas antigas aqui encontradas.

A vista é de cortar a respiração...

Que vista maravilhosa tem toda esta encosta....

(...) de realçar as grandes vistas partilhadas deste Parque Natural da Serra da Estrela.

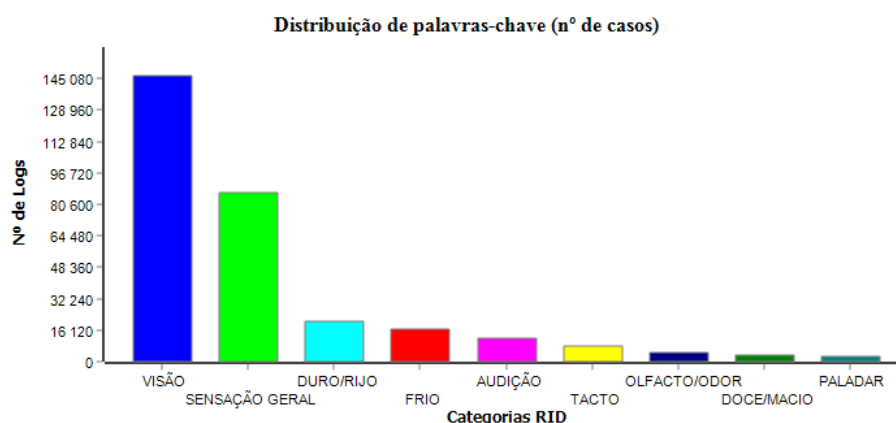
(...) tudo com vistas exuberantes e de perder o olhar!!”

Enquanto historicamente as estratégias de tecnologia imersiva visual propostas pelos panoramas como dispositivos confeitos constituíram formas de simulação, actuando simultaneamente contra a distância e a reflexão crítica - no século XIX, por exemplo, os seus motivos coincidiam com os do império, abundando os motivos exóticos e coloniais – no “miradouro” natural que o geocaching persegue o acto de contemplação tornou-se num acto de fruição estética próximo, directo e potencialmente mais genuíno.

A “vista” constitui ainda, recorde-se, na sugestão de MacCannell (*cf.* abaixo, p.XLIV), um factor multiplicador parte de um processo em que as experiências de deslocação por lazer podem ser entendidas através da fórmula: atracção = turista \* vista \* marcador.

O marcador pode ter muitas formas (um guia de turismo, uma tabuleta informativa *in loco*) mas também pode ser um comentário ou um conjunto de descrições obtidas através de uma plataforma locativa. Porém, consoante se viu na parte anterior, pese embora o potencial, as geocaches tendem na prática a mimetizar as estruturas de atracção quanto aquilo que instituem como alvo de reverência

### Figura 8.9 - Prevalência de tipos de sensações nos logs (categorias RID)



N = 425649. Logs dos respondentes ao inquérito que revelaram o respectivo *username* no geocaching.com.

No geocaching, todavia, outra forma de marcação virtual pode ser encontrada na prática paralela do *waymarking*, descrito assim por um praticante:

O *waymarking* consiste em encontrar e/ou georreferenciar locais ou objectos, enquadrando-os numa vasta lista de categorias, que actualmente são mais de 1000. Tal como no geocaching tem duas vertentes, a

visita de waymarks existentes e a criação de novos (...)

São duas formas de dar uso aos aparelhos GPS, que consideramos bastante complementares. É um facto que muitos locais interessantes estão também referenciados com caches, **mas o waymarking permite uma visão de pormenor**. Muitas vezes descobrimos os sítios por causa do geocaching, mas descobrimos os **detalhes** por causa do waymarking (...)

O geocaching foi sempre a actividade à qual dedicámos mais tempo, principalmente no terreno. O waymarking funciona como *hobby* paralelo, e é **muitas vezes feito a posteriori, com base em fotografias tiradas durante os passeios**. Esta é outra característica do waymarking, onde **muitas vezes a descoberta dos locais ou da sua história surgem mais tarde**. (TL, GM7)

Constituído actualmente num sítio autónomo < <http://www.waymarking.com>>, a modalidade, conquanto registre moderada adesão (apenas 4,3%, 21 casos, dos geocachers respondentes ao nosso inquérito admitem usá-lo, dos quais 12 já criaram algum ponto de interesse nele, enquanto 326 não o usam por desconhecimento, 34 por o acharem confuso, 79 por não lhe verem utilidade e 25 por outros motivos) evoluiu a partir do conceito da “Locationless Cache” (*cf.* abaixo, p. CXIV). Nas palavras do praticante, supra, entre as suas faculdades notórias, salienta-se a possibilidade de admitir uma reflexão *ex post* em que a fotografia deixa de ser um mero pretexto para a “viagem pelas memórias” e se converte num instrumento do trabalho destas e do aprofundamento do conhecimento dos lugares, impondo um exercício activo da visão, uma perscrutação e uma apropriação com sentido mais do que uma mera contemplação:

no terreno a consequência é desenvolver-se **um olhar muito mais atento a pormenores** e características daquilo que observamos, tentando enquadrá-los nas categorias existentes (..) Para além da componente de enquadrar sítios em categorias, a verdade é que o **waymarking modifica a nossa forma de olhar para as coisas** (JS, GM7)

Neste caso, é admissível que a tecnologia locativa não só amplifique a experiência de deslocação como que a preocupação com o trabalho de “categorização” imposto pela actividade lúdica possibilite que o indivíduo frua imediatamente a atracção da vista e lhe imponha mediamente o marcador, derivando a fórmula de MacCannell em algo como: **Marcador = Atracção / (Turista \* Vista)**. Em que o “poder” da atracção passa a estar condicionado pela relação que o turista desenvolve activamente com a vista.

### 8.2.3 ELEMENTOS PARA UMA GEODINÂMICA DO GEOCACHING

Simmel contou-se entre os primeiros a conferir uma atenção particular à geometria social<sup>162</sup>, à forma como o número dos envolvidos altera a natureza da interacção e como designadamente a passagem da díade (diálogo entre dois) para a tríade (diálogo entre um grupo de três ou mais), seja para um grupo mais alargado, altera substancialmente os pressupostos da interacção e sobretudo a posição do indivíduo nela, pressupondo a constituição de uma plataforma de entendimento mais alargada e como tal uma submissão da individualidade perante a constituição do significado segundo o mínimo denominador comum do grupo<sup>163</sup>. A “geometria” de Simmel não se esgotava porém no número de

<sup>162</sup> *Cf.* por ex. Craib, 1997, p. 53 e seg.s; Frisby, 1992; Kaern, Phillips, & Cohen, 1990; Levine, 1995, p. 205 e seg.s; Nisbet, 1984, p. 127 e seg.s; Ray, 1999, p. 148 e seg.s; Ritzer & Goodman, 2004, p. 153 e seg.s.

<sup>163</sup> Algo que em termos da comunicação mediada por computador pode ser feito equivar à forma como a passagem da comunicação diádica para a comunicação ora em pequenos grupos ora com carácter público reduz as possibilidades de *feedback* e aumenta a instabilidade quanto à posição do emissor-receptor (Pearson, 2008, p. 18).

interlocutores, estendia-se à **dinâmica da distância e do espaço**, admitindo-se analogamente por um lado, em termos do “dinheiro” e da formação do “valor”, que quanto maior esta fosse e quanto mais difícil fosse aceder aos objectos maiores seria o seu valor e, por outro, que a distância social é uma condição da objectividade do “estranho” e que era o “distanciamento” deste face aos locais por onde deambulava que lhe permitia estabelecer relações particulares.

Adaptado ao jogo locativo móvel Simmel salienta assim o interesse de aferir até que ponto este institui percursos marcados pela atracção do valor do distante, admitindo especificamente que o maneiço da tecnologia móvel possa tornar atractivos os lugares mais longínquos, compelindo os indivíduos a estender os seus raios de deslocação.

Para tal fim, a partir dos dados disponíveis, tentaremos reunir um conjunto de elementos tendentes a verificar se é possível falar de uma “geodinâmica” do geocaching como forma e padrão-tipo da configuração dos percursos de deslocação dos seus praticantes, consoante estes evoluem ao longo da sua permanência na prática.

### **8.2.3.1 EVOLUÇÃO DO GEOCACHING EM PORTUGAL RELATIVAMENTE AOS SEUS BARICENTROS DEMOGRÁFICO E GEOGRÁFICO**

Na Figura 8.10, calculamos e comparamos o “centro geocaching” de Portugal continental (seja, o centróide das coordenadas geográficas de todas as caches colocadas) conforme a sua evolução cumulativa anual de 2001 (até 31 de Dezembro) a 2017 (até 02 de Março), comparando-os com os centros demográfico e geográfico (correspondentes a análogo exercício a partir da distribuição da população segundo os censos 2001 e o perímetro limite das fronteiras terrestres, respectivamente), consoante calculados por Queiró (2009)<sup>164</sup>, professor do Departamento de Matemática da Universidade de Coimbra, o qual chega de resto para o efeito a valores que fazem aproximadamente coincidir o centro geográfico com o centro geodésico, no vértice da Melriça.

O resultado permite-nos aferir a trajectória da adopção do geocaching no nosso país ressaltando desde logo o sentido evolutivo da respectiva dinâmica do Sul para Norte, até se aproximar do centro demográfico até um mínimo de 11,8 Km a Sudeste deste, no final do ano de 2012, altura que podemos considerar de “maturidade” ou *momentum*, altura a partir da qual se começou a deslocar de novo

---

<sup>164</sup> Em abono da qualidade do trabalho do Prof. Queiró note-se que, no tocante ao baricentro geográfico, o resultado a que este chega mediante cálculo manual a partir de uma amostra de 762 pontos situa-se apenas cerca de 4 Km a Oeste daquele que se obtém mediante a consideração do centróide dos 132561 vectores empregues na CAOP (convertida esta num polígono único). Já em matéria do baricentro demográfico, o cálculo baseado nas coordenadas médias dos mais de 200 mil polígonos BR11 dos Censos 2011, ponderados pelo número de indivíduos residentes, resulta num ponto cerca de 13 Km a NNE daquele enumerado por Queiró para 2001 (nesse caso considerando um modelo simplificado, ao nível do município, admitindo que a totalidade da população deste reside na respectiva sede). Como curiosidade saliente-se ainda, por seu turno, que numa aproximação empírica (e tendo presente que os polígonos não são simétricos), é possível situar o ponto que divide a população de Portugal continental apurada ao tempo dos Censos 2011 em duas metades aproximadamente iguais simultaneamente nos sentidos longitudinal e latitudinal cerca de 4 Km a Este da sede do município de Soure. Parece-nos, por conseguinte, que o baricentro demográfico se deve presentemente situar ligeiramente a norte do ponto sugerido por Queiró. Não tanto, porém, que isso possa afectar os demais raciocínios ou seja sequer, dadas as margens de erro, significativo. Na verdade, a consistência da metodologia do autor conimbricense revela a sua valia sobretudo na análise diacrónica.

ligeiramente para Sul<sup>165</sup>, encontrando-se em 2015, à altura da nossa recolha de dados, nas margens do rio Nabão, no extremo do município do Pombal, onde este conflui com o município de Alvaiázere e de onde subsequentemente evoluiu, até ao início de Março de 2017, 5 Km para Sul (coordenadas 8.48440W 39.81230N).

A deslocação do centro demográfico face ao geográfico para Noroeste é um facto conhecido face à dinâmica litoral do eixo Setúbal-Braga, não obstante a sua quase coincidência com o “centro geocaching” longe de ser uma curiosidade quixotesca é um facto a nosso ver significativo de onde podemos retirar ao menos um par de conclusões.

A primeira delas é que no binómio homem-espaço, o geocaching se orienta graviticamente mais pelo primeiro do que pelo segundo. Embora valorize o espaço e enfatize as periferias ele continua quantitativamente ancorado nos espaços de proximidade; por conseguinte não palia inteiramente o ostracismo das segundas.

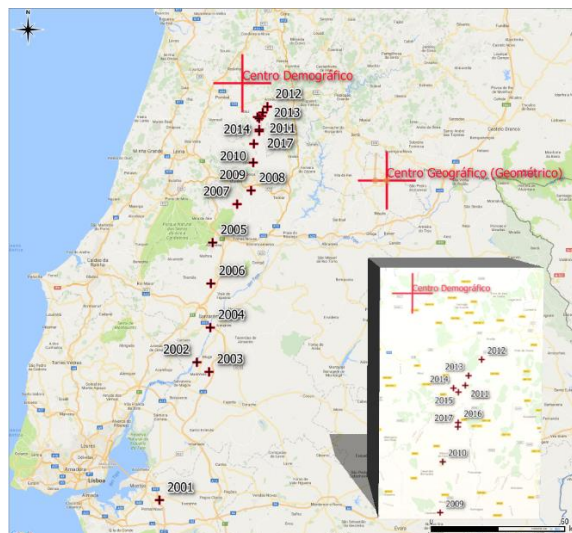
A segunda prende-se com o facto de, acompanhando a distribuição dos seus lugares proximamente a distribuição da população, se pode considerar que ele a permeia e interessa de forma uniforme, evidenciando não obstante uma dinâmica na adopção da inovação deslocada a Sul, com os distrito de Braga e do Porto, particularmente, a evidenciarem um peso demográfico que não parece acompanhar o interesse pela tecnologia locativa (*cf.* Quadro H.5, p. CIII)

### 8.2.3.2 DO POTENCIAL DO GEOCACHING NA RENOVAÇÃO DE HORIZONTES. MEDIDAS DE DISTÂNCIAS DE PRODUÇÃO E CONSUMO E VARIAÇÃO TEMPORAL

A recuperação e análise dos *logs* correspondentes à actividade da amostra de geocachers respondentes ao inquérito (segundo procedimento elucidado no Anexo I, p.CIX e seg.s), permite o cotejamento das distâncias relativamente às caches respectivamente produzidas e consumidas, aferindo a prevalência das regiões visitadas e permitindo confrontar para a generalidade dos seus praticantes o carácter “cosmopolita” ou não da actividade, tomando este como sinónimo de deslocações transfronteiriças;

Assim, a proporção de execução do geocaching relativa à subamostra obtida corresponde territorialmente a:

**Figura 8.10 - Centros geográfico, demográfico e geocacher de Portugal (evolução anual)**



Leg: O ano corresponde à média das coordenadas das geocaches cumulativamente colocadas até 31 de Dezembro. O valor para 2017 corresponde às caches colocadas até ao início de Março. Fonte do mapa: Google Streets.

<sup>165</sup> De facto, apenas em 2011 a média das geocaches colocadas no ano se situa ligeiramente a Norte do Centro Demográfico.

- **Portugal: 95,5%** – percentagem da actividade desenvolvida no território nacional (369275 registos)
- **Outros países: 4,5%** – percentagem da actividade desenvolvida no estrangeiro (17539 registos)

Por utilizador (*username*), tal corresponde a:

- **Geocachers só com deslocações em Portugal:** 131 (33,2% de 394) casos
- **Geocachers só com deslocações no estrangeiro:** 1 (0,3% de 394) casos
- **Geocachers com deslocações em Portugal e no estrangeiro:** 262 (66,5% de 394) casos

A mediana das caches feitas além-fronteiras por geocacher é de 17, a média de 67.

Os tipos de geocache preferencialmente procurados aquando em deslocação no estrangeiro, novamente, são aquelas que consomem menos tempo. Ainda assim, regista-se a participação em 106 eventos, correspondentes a 0,6% da actividade (Quadro 8.8).

Foi ainda possível identificar os países mais procurados e onde o geocaching é praticado seja de forma oportunista seja mediante deslocações específicas para fins de lazer (Quadro 8.7).

**Quadro 8.7- Países e Regiões mais visitados por geocachers portugueses (top 30)**

País	Freq.	%	Região	Freq.	%
Spain	8368	47,7	Andalucía	3252	18,5
United Kingdom	1378	7,9	Galicia	1871	10,7
Canada	1295	7,4	Ontario	1250	7,1
France	1205	6,9	Castilla y León	1020	5,8
Germany	775	4,4	Cataluña	728	4,2
Italy	590	3,4	Île-de-France	584	3,3
Sweden	480	2,7	Comunidad de Madrid	387	2,2
Ireland	387	2,2	Northern Scotland	383	2,2
Czech Republic	380	2,2	London	365	2,1
United States	292	1,7	Hlavní mesto Praha	360	2,1
Hungary	267	1,5	Budapest	258	1,5
Turkey	258	1,5	Stockholm	257	1,5
Denmark	205	1,2	Extremadura	251	1,4
Belgium	193	1,1	Aquitaine	237	1,4
Brazil	146	,8	Southern England	233	1,3
Norway	132	,8	Dublin	219	1,2
Netherlands	125	,7	Aragón	205	1,2

Poland	93	,5	Islas Baleares	191	1,1
Austria	88	,5	Niedersachsen	186	1,1
Finland	80	,5	Nordrhein-Westfalen	178	1,0
Croatia	65	,4	Lazio	175	1,0
Greece	54	,3	Southern Scotland	138	,8
Switzerland	53	,3	Región de Murcia	134	,8
Angola	48	,3	New York	133	,8
Slovenia	44	,3	Toscana	126	,7
Morocco	42	,2	Islas Canarias	122	,7
Luxembourg	39	,2	Brussels	119	,7
Gibraltar	37	,2	Sachsen-Anhalt	98	,6
Mexico	29	,2	Hessen	87	,5
Qatar	28	,2	Noord-Holland	87	,5
Bulgaria	21	,1	Veneto	87	,5
Estonia	21	,1	Lombardia	86	,5
Subtotal	17218	98,2		13721	78,2

N = 17539 logs

Os dados evidenciam uma orientação eminente para o espaço europeu e notavelmente para a Espanha, de longe o país que regista mais actividade (47,7% do total), seguido do Reino Unido (7,9%) e da França (6,9%) bem como em menor ordem de destinos como a Alemanha, a Itália, a Suécia, a Irlanda, a Suécia e a República Checa (Praga).

Na contígua Espanha as regiões mais frequentadas são as mais próximas da fronteira, principalmente a Andaluzia, como verosímil extensão de férias no Algarve, a Galiza e Castela e Leão (Figura 8.11).

Fora da Europa surge como inesperada a primeira posição ocupada pelo Canadá, que se entende na medida em que, nas palavras do próprio, corresponde na maior parte à actividade de um único utilizador que empreendeu uma visita de 33 dias ao país. Este elemento exótico confirma não obstante a passibilidade ainda que não a regra do geocaching ser o elemento primordial de construção de um roteiro turístico. Um total de cerca de 1250 caches, correspondentes a uma média de execução de aproximadamente 40 por dia implica forçosamente que a orientação em função do jogo ocupou fatia muito substancial do tempo do praticante na sua estadia além-mar.

**Quadro 8.8 – Frequência dos tipos de geocache executadas em território nacional e fora dele**

Geocache Tipo	Portugal	Estrangeiro
---------------	----------	-------------

	Count	Column N %	Count	Column N %
Groundspeak HQ	0	0,0%	1	0,0%
Lost and Found Event Cache	12	0,0%	2	0,0%
Webcam Cache	42	0,0%	58	0,3%
Mega-Event Cache	219	0,1%	2	0,0%
Cache In Trash Out Event	290	0,1%	4	0,0%
Wherigo Cache	708	0,2%	35	0,2%

Virtual Cache	577	0,2%	360	2,1%
Letterbox Hybrid	1829	0,5%	46	0,3%
Earthcache	4078	1,1%	520	3,0%
Event Cache	5018	1,4%	102	0,6%
Multi-cache	23282	6,3%	422	2,4%
Unknown Cache	31606	8,6%	769	4,4%
Traditional Cache	301614	81,7%	15218	86,8%
Total	369275	100,0%	17539	100,0%

**Figura 8.11 - Regiões espanholas por frequência de deslocação dos geocachers**



Os dados (Quadro 8.10, Quadro 8.11 e Figura 8.14) confirmam o que se anteriormente se sugeriu quanto ao acto de a produção obedecer a uma lógica em que a proximidade tem mais do dobro do peso do que no acto de consumo (39 contra 85 Km, respectivamente, em média).

Confirmam, igualmente, ainda que de forma bastante frouxa, que ao longo do tempo o geocaching parece acompanhar a extensão do horizonte individual, indo mais longe, a julgar pela correlação positiva por cache executada entre a distância à residência e o tempo decorrido desde que o indivíduo se iniciou na actividade. Ou seja, a distância da deslocação tende coincidentemente a aumentar na razão do tempo de permanência no *hobby*, pelo menos até se atingir 2100 dias (5,4 anos) e uma média de aprox. 150 Km, altura a partir da qual o entusiasmo parece esmorecer e a relação entre a extensão das deslocações no território nacional e a execução de geocaches revela começar a reverter-se (diminuir).

#### Quadro 8.9 – Distribuição da distância à residência das caches consumidas



Nota: os extremos de distância (máximo 2057 Km) correspondem à actividade dos residentes nos arquipélagos no continente e vice-versa (aprox. 2% dos registos).

#### Quadro 8.10 – Médias das medidas de distância (Km) entre caches produzidas e consumidas por jogador – consumidores que são simultaneamente produtores

Médias	Caches Produzidas (Km)	Caches Consumidas (Km)
Média	38,88	84,74
Mediana	33,47	50,00
Soma	757,42	136088,49
Desvio padrão	35,11	114,19
Mínima	20,05	2,54
Máxima	107,68	614,64
Média de caches*	15	1219
N geocachers válidos**	111	111

\* Caches produzidas e consumidas em PT \*\* Geocachers respondentes com morada exacta conhecida que são residentes permanentes em PT e para quem existem simultaneamente dados quanto à colocação e ao consumo de geocaches.

**Quadro 8.11 – Médias das medidas de distância (Km) entre caches produzidas e consumidas por jogador – total incluindo produtores para os quais não há dados de consumo e consumidores sem produção**

	Caches Produzidas (km)	Caches Consumidas (Km)
Média	40,08	82,94
Mediana	35,88	50,16
Soma	748,90	93491,71
Desvio padrão	35,26	109,40
Mínima	19,21	3,08
Máxima	106,20	549,23
Média de caches*	15	941
N geocachers válidos**	128	207

\*Caches produzidas e consumidas em Portugal

\*\* Geocachers respondentes que obedecem às condições cumulativas de terem morada exacta conhecida e serem residentes permanentes em Portugal. A diferença de 17 casos face à tabela anterior fica a dever-se a imperfeições no processo de recolha da informação, assim constituem geocachers para quem foi possível determinar a distância das geocaches produzidas (a partir da base de dados do geocaching.com) mas para quem não foi possível obter os *logs* de execução (impossibilidade de executar o *scrapping*). Na segunda coluna, a diferença face ao quadro anterior corresponde a indivíduos que nunca colocaram uma cache.

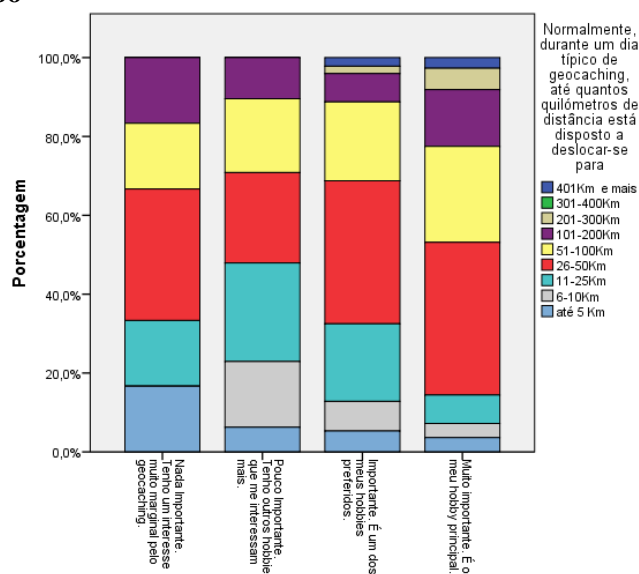
No mesmo sentido de confirmação do potencial da incorporação da tecnologia locativa no lazer para aumentar a extensão das deslocações no espaço físico, os dados coligidos na Figura 8.12 revelam como o interesse particular pelo geocaching, como *hobby* paradigma, coincide com uma pré-disponibilidade crescente para viajar distâncias maiores (note-se, que o mesmo não é dizer que a adopção da “jogo” constitui o único elemento determinante na deslocação, apenas um dos catalisadores, podendo igualmente admitir-se que são mais atraídos pelo geocaching aqueles indivíduos que por outras razões já mais se deslocam).

Consistentemente, o valor médio anteriormente apurado quanto à distância às caches efectuadas (83-85 Km em média) não anda muito longe do valor médio declarado pelos respondentes (71,56 Km), coincidindo, mais ainda, as respectivas medianas (50 Km) quase perfeitamente (compare-se o Quadro 8.12, abaixo, com o Quadro 8.10 e seguinte, acima) .

Já em matéria de gestão do tempo, o cruzamento dos dados relativos aos cenários típicos em que os respondentes admitem fazer geocaching (Quadro 8.14) com os relativos à distribuição da actividade mantida pelos dias da semana e pela respectiva distância ao seu local de residência (Figura 8.15) são consistentes entre si. Conquanto eles declarem como mais frequente “Consagrar parte do dia ao geocaching quando em deslocação por outro motivo” e “Consagrar um dia inteiro a fazer geocaching partindo de e regressando a casa no mesmo” constata-se que os fins-de-semana (Sábado e Domingo) averbam no conjunto 50,2% da actividade geocacher, valor ligeiramente mais baixo para o conjunto dos que declaram não ter ocupação profissional a tempo inteiro. Porém, como igualmente expectável, o excursionismo de fim-de-semana evidencia um raio de acção comparativamente curto (com uma distância média na casa dos 80 Km) enquanto a Quinta e a Segunda-Feira, alvos preferenciais de “ponte”, evidenciam os percursos mais longos (134 e 140 Km em média, respectivamente) ao mesmo tempo que, por seu turno, as distâncias médias durante a semana são substancialmente maiores para aqueles com ocupação a tempo inteiro (porque terão mais afluência económica e reflectindo aqueles casos em que a ocupação profissional implica deslocação aproveitada para fazer geocaching).



**Figura 8.12 - Importância do geocaching como *hobby* e distância a que está disposto a deslocar-se para o levar a cabo**



**Quadro 8.12 - Disponibilidade para percorrer distâncias num dia típico de geocaching. Residentes no continente *versus* regiões autónomas**

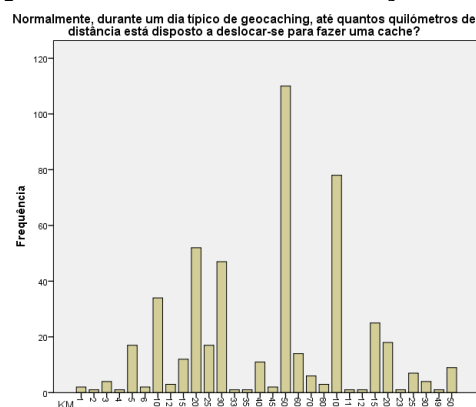
Normalmente, durante um dia típico de geocaching, até quantos quilómetros de distância está disposto a deslocar-se para fazer uma cache?		Média	Contagem
Residentes no Continente versus Regiões Autónomas	Continente	72,105263157895	456
	Madeira	45,416666666667	12
	Açores	75,294117647059	17

**Quadro 8.13 – Disponibilidade para percorrer distâncias. Estatísticas globais**

N	Válido	485
	Omisso	28
Média		71,56
Mediana		50,00
Desvio Padrão		84,230
Amplitude		499
Mínimo		1
Máximo		500

Normalmente, durante um dia típico de geocaching, até quantos quilómetros de distância está disposto a deslocar-se para fazer uma cache?

**Figura 8.13 – Disponibilidade para percorrer distâncias. Distribuição**



Uma tentativa de correlacionar a extensão das deslocações acompanhadas da execução do geocaching com a disponibilidade, tipos e hábitos de alojamento em férias (Quadro 8.16) indicia, por seu turno, relativamente ao consumo, como significativa, a prevalência da utilização do recurso aquele em casa de familiares e à prática do campismo enquanto, coerentemente com a interpretação que se tem feito, o plano da produção (colocação de geocaches) é sobretudo impactado pela posse de uma casa/”segunda residência”, usada para férias.

**Quadro 8.14 – Cenários típicos em que se faz geocaching. Frequência.**

Relativamente à gestão do tempo e oportunidades de deslocação. Com que frequência se depara com os seguintes cenários?	Nunca (1)	Raramente (2)	Ocasionalmente (3)	Frequentemente (4)	Muito Frequentemente (5)	Média	Mediana	Desvio padrão	N válido
Planear uma deslocação de mais de um dia para fazer geocaching	27,3%	34,1%	23,8%	8,6%	6,2%	2,32	2	1,14	501
Deslocar-me a outro país para fazer geocaching	58,9%	30,6%	9,3%	,6%	,6%	1,53	1	0,74	496
Consagrar um dia inteiro a fazer geocaching partindo de e regressando a casa no mesmo	8,4%	16,1%	34,9%	24,5%	16,1%	3,24	3	1,15	498
Consagrar parte do dia ao geocaching quando em deslocação por outro motivo	,8%	9,4%	33,1%	37,8%	18,9%	3,64	4	0,92	498
Deixar de fazer uma tarefa doméstica para fazer geocaching	26,8%	32,6%	25,4%	9,2%	6,0%	2,35	2	1,14	500
Colocar de lado outra actividade de lazer para fazer geocaching	14,2%	23,6%	33,9%	19,6%	8,6%	2,85	3	1,15	499
Deixar de desempenhar uma tarefa relacionada com o trabalho ou estudo que podia fazer em casa para fazer geocaching	53,5%	26,7%	13,7%	5,1%	1,0%	1,73	1	0,95	495

**Quadro 8.15 – Actividade por dia da semana e tipo de ocupação**

Dia da Semana	Trabalhador a Tempo Inteiro			Não Trabalhador a Tempo Inteiro			Total		
	Distância Média (Km)	Contagem (logs)	% de actividade	Distância Média (Km)	Contagem (logs)	% de actividade	Distância Média (Km)	Contagem (logs)	% de actividade
Domingo	80,4	34480	25,20%	73,36	12256	21,10%	78,55	46736	24,00%
Segunda-Feira	133,78	11727	8,60%	89,64	5463	9,40%	119,75	17190	8,80%
Terça-Feira	104,58	12098	8,90%	85,11	5830	10,00%	98,25	17928	9,20%
Quarta-Feira	113,61	12389	9,10%	75,24	5824	10,00%	101,34	18213	9,40%
Quinta-Feira	140,33	14091	10,30%	79,36	6207	10,70%	121,69	20298	10,40%
Sexta-Feira	126	15857	11,60%	88,71	7509	12,90%	114,02	23366	12,00%
Sábado	106,48	36006	26,30%	69,71	15027	25,90%	95,66	51033	26,20%

**Quadro 8.16 - Relativamente aos seus destinos de férias, qual ou quais das seguintes opções se lhe aplicam?**

Relativamente aos seus destinos de férias, qual ou quais das seguintes opções se lhe aplicam?		Casos	Distância média caches colocadas	Distância mediana caches colocadas	Distância média caches feitas	Distância mediana caches feitas
			Média Km	Média Km	Média Km	Média Km
Possuo uma ou mais casas de férias.	Não	97	43,26	32,51	85,45	54,43
	Sim	12	69,74	76,63	58,39	40,47
Costumo usar o alojamento de um familiar ou conhecido que me cede gratuitamente.	Não	72	42,49	35,41	69,98	39,85
	Sim	37	56,86	44,20	106,77	78,28
Pratico caravanismo.	Não	104	48,32	38,27	82,92	53,74
	Sim	5	21,23	32,01	73,01	35,31
Pratico campismo.	Não	78	46,86	36,62	78,60	54,08
	Sim	31	45,05	42,04	92,21	49,93
Alugo regularmente alojamento numa dada zona particular do país a que regresso.	Não	70	51,02	45,00	83,83	60,16
	Sim	39	37,09	23,12	80,02	39,87
Nenhuma das opções anteriores se me aplica.	Não	92	47,68	38,56	85,18	55,11
	Sim	17	42,20	35,31	67,78	40,90

N = 109 respondentes. Cumulativamente geocachers que partilharam *username*, o local exacto de residência e optaram ainda por responder ao módulo optativo genérico sobre “Deslocações”.

### 8.2.3.3 TENDÊNCIAS E PADRÕES DE DESLOCAÇÃO AO LONGO DO TEMPO

Para os geocachers que optaram por partilhar o seu nome de utilizador (443 casos) é possível estabelecer correlações fortes (rô de Spearman) com o distrito de residência como aquele onde demonstram ter maior actividade seja como consumidores (0,889) seja como produtores de geocaches (0,887), enquanto a subamostra para quem o local de residência é conhecido em detalhe (207 casos) revela, mais ainda, que a proporção das geocaches executadas dentro dele é de 52,8%, contra 47,2% fora.

**Quadro 8.17 – Distribuição da actividade dos geocachers por distritos e regiões autónomas em função daquele onde residem**

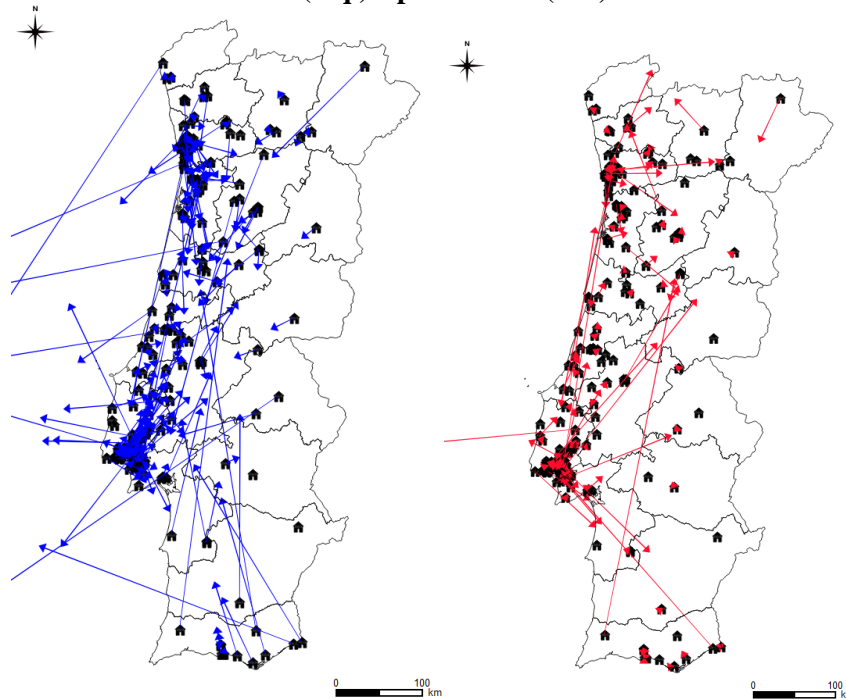
Infra: distrito de Residência À direita: distrito da actividade	Aveiro		Beja		Braga		Bragança		Castelo Branco		Coimbra		Évora		Faro		Guarda		Leiria		Lisboa		Portalegre		Porto		Santarém		Setúbal		Viana do Castelo		Vila Real		Viseu		Açores		Madeira		Logs	Geocachers	Média logs
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%					
AVEIRO	53,9	0,2	1,8	0,5	3,4	12,2	0,4	3,0	1,6	1,8	3,2	0,0	5,1	2,2	0,8	0,7	1,5	7,3	0,5	0,0	12401	16	775																				
BEJA	17,4	19,2	0,0	0,9	5,2	0,9	3,8	18,3	14,1	1,9	1,9	1,4	0,0	0,9	8,5	0,0	4,2	1,4	0,0	0,0	213	1	213																				
BRAGA	1,9	0,5	42,7	0,0	0,2	2,7	0,4	0,3	0,5	0,4	1,1	0,3	15,3	1,8	0,4	19,8	7,1	1,6	0,0	2,8	5659	6	943																				
BRAGANÇA	1,4	0,0	9,1	42,4	0,3	0,0	0,0	0,0	10,0	0,5	6,0	0,0	2,1	0,1	0,0	0,0	26,2	1,8	0,0	0,0	996	2	498																				
CASTELO BRANCO	0,5	0,0	1,1	0,0	35,1	24,2	0,8	0,9	3,4	5,0	7,0	3,3	0,7	4,5	1,4	0,4	0,3	5,4	6,0	0,0	1533	2	767																				
COIMBRA	8,0	0,1	0,8	0,3	2,0	50,2	0,7	0,3	10,4	8,6	3,7	0,4	2,9	1,5	0,5	0,3	0,2	9,1	0,0	0,0	10222	14	730																				
ÉVORA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	84,6	0,0	0,0	0,5	3,8	6,6	0,0	2,2	2,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	364	1	364																				
FARO	2,9	6,6	0,9	0,2	1,2	2,6	1,9	51,3	0,2	2,3	10,1	0,9	0,6	1,5	11,9	0,4	1,7	1,5	0,2	1,1	10082	9	1120																				
GUARDA	0,5	0,0	0,0	0,0	10,9	6,2	0,0	0,0	75,0	1,1	2,7	0,0	0,2	0,7	0,9	0,0	0,4	1,4	0,0	0,0	552	1	552																				
LEIRIA	3,3	0,3	0,3	0,3	0,7	7,0	0,6	0,3	0,6	44,4	20,2	0,6	0,4	16,6	2,6	0,0	0,2	0,4	1,1	0,0	16776	14	1198																				
LISBOA	0,9	1,5	0,7	0,3	1,3	1,4	1,4	3,2	1,0	4,5	64,0	1,2	0,5	5,5	9,0	0,5	0,6	1,1	1,4	0,2	61929	63	983																				
PORTALEGRE	0,0	0,7	0,0	0,3	0,0	0,4	17,0	2,6	0,0	0,8	18,5	36,0	0,2	10,0	6,3	0,0	0,0	0,3	2,6	4,3	1591	2	796																				
PORTO	12,4	0,3	12,7	2,0	0,2	2,4	0,2	2,0	0,7	0,9	2,2	0,1	51,3	1,1	0,8	3,0	3,9	2,9	0,6	0,1	30351	24	1265																				
SANTARÉM	0,4	0,2	0,2	0,6	3,0	4,4	0,8	0,8	1,0	16,5	16,7	3,1	0,4	50,0	0,9	0,0	0,0	0,6	0,5	0,0	10362	11	942																				
SETÚBAL	0,5	4,7	1,2	0,1	0,8	1,8	3,0	6,6	0,9	2,5	19,0	1,5	0,5	4,3	48,8	0,2	0,8	2,8	0,0	0,0	14028	16	877																				
VIANA DO CASTELO	3,4	0,0	9,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,8	0,0	0,1	71,1	0,0	0,9	0,0	13,6	795	3	265																				
VILA REAL	0,4	1,4	1,8	16,7	0,0	0,3	0,4	0,0	0,4	0,6	0,0	0,1	6,7	1,4	0,4	0,6	67,1	1,9	0,0	0,0	1401	4	350																				
VISEU	7,2	0,2	1,3	0,4	2,5	6,6	0,0	1,5	6,5	2,3	13,1	0,2	1,3	0,5	3,6	1,2	2,2	47,4	1,8	0,2	7975	8	997																				
R. A. AÇORES	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	3,9	0,1	0,0	0,0	0,1	0,8	0,0	0,3	0,0	0,8	0,0	0,1	0,0	92,8	0,0	2486	6	414																				
R. A. MADEIRA	4,7	0,2	0,2	0,0	0,1	0,0	1,1	0,3	0,0	0,7	16,9	0,4	0,8	16,8	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0	57,3	5048	4	1262																				
Soma	1377	255	766	172	300	1160	254	948	359	1424	5234	224	1818	1413	1505	320	383	812	393	349	19476	207	941																				

Estes valores introduzem uma nota de cautela quanto à exageração da possibilidade do geocaching contribuir para elasticizar as deslocações dos seus praticantes. Essa possibilidade é real, porém experimentada de forma muito heterógena e, sobretudo, quando cotejada com elementos sociodemográficos revela que estes não são em tal peripatetismo irrelevantes, mormente a nível da ocupação e do rendimento. Assim, se progredirmos além do retrato global (Figura 8.14) e nos dermos ao exercício de análise de perfis particulares podemos constatar a sua variabilidade.

A diversidade da dimensão desta subamostra por distritos reduz inerentemente a representatividade e a fiabilidade dos dados, não obstante indicia uma tendência de acordo com a qual

se constata que é nos Açores que a “endogamia” é mais elevada (92,8% da actividade dos geocachers desta região autónoma é efectuada dentro da mesma), acompanhando rácios de execução mais baixos, enquanto no continente esta tende a ter abrangência regional, sendo maior nos distritos contíguos. Assim, por exemplo, os geocachers de Aveiro registam, por ordem, maior actividade em Coimbra, em Viseu e no Porto; os de Braga em Viana do Castelo, no Porto e em Vila Real e assim sucessivamente (Quadro 8.17).

**Figura 8.14- Eixos médios de deslocação dos geocachers respondentes relativamente ao seu local de residência. Geocaches consumidas (esq.) e produzidas (dir.).**



Leg.: As linhas representam os eixos médios de orientação de cada geocacher relativamente ao seu local de residência (assinalado com o ícone de uma casa), relativamente às geocaches consumidas (a azul, à esquerda) e produzidas (a vermelho, à direita). A ponta da seta coincide com a média das respectivas coordenadas, as que recaem sobre o oceano indiciam geocachers com actividade nos arquipélagos.

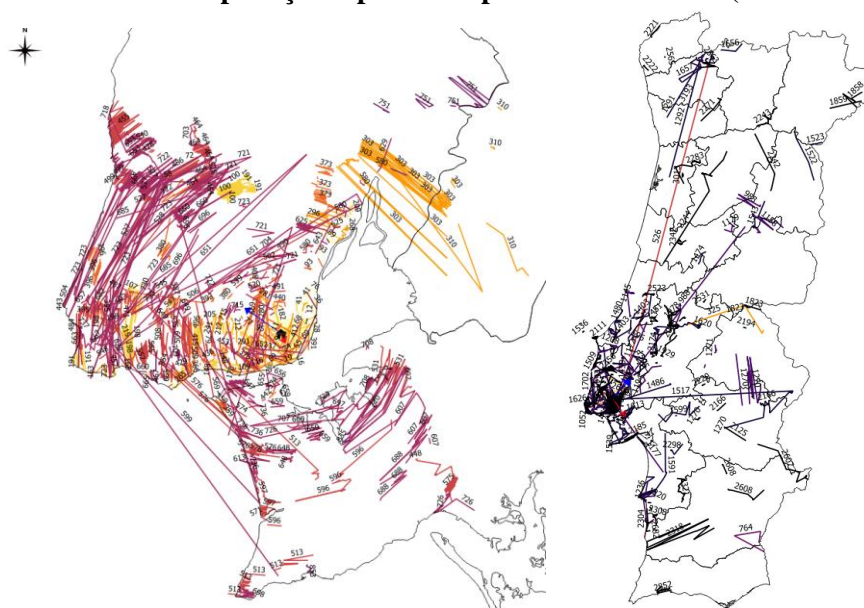
Na impossibilidade de particularizar aqui os 207 casos, optaremos por nos debruçar a título ilustrativo sobre alguns que nos parecem paradigmáticos, seleccionados por critérios de conveniência.

Em primeiro lugar, considere-se o **caso de A**, correspondente a um indivíduo do sexo masculino, 31 anos, solteiro, licenciado na área da Gestão e Administração, trabalhador a tempo parcial que optou por não declarar o rendimento, residente na zona de Entrecampos, em Lisboa, onde habita num agregado de 5 pessoas no seio do qual, de qualquer forma, declara não ser o maior contribuinte. Iniciou-se no geocaching no ano de 2013, por conseguinte, integrando a maioria de adoptantes tardios. Ao longo de 905 dias de actividade, participou em 11 eventos relacionados com geocaching, colocou outras tantas geocaches e efectuou um total de 5807 em Portugal e 2 no estrangeiro, registando uma média de 795 caracteres por *log* redigido sem jamais ter colocado uma fotografia. Integra o perfil-tipo do “Socializador”, efectuando geocaching “muito frequentemente” sozinho, mas também, com igual frequência, na companhia de colegas de trabalho, e “frequentemente” com amigos (inclusive os que fez através do geocaching) e “raramente” com familiares.

Atendendo à respectiva repartição geográfica, constata-se neste caso que a sua actividade (Figura 8.15, à esquerda), bastante intensa, se concentra na região da Grande Lisboa e Península de Setúbal, distando entre uma mediana de 15,7 e uma média de 17,6 Km de casa, zona fora da qual apenas registas 6 sessões/dias de actividade. Tem, por conseguinte, um perfil próximo daquilo que se entende ser um “geocacher urbano”, relativamente “jovem” e atraído pelos números, a intensidade da actividade acompanha aparentemente a sua disponibilidade de tempo.

Por contraste, igualmente dentro do perfil “socializador”, atenda-se ao **caso de B**, correspondente a um indivíduo do sexo masculino, 43 anos, casado, licenciado na área da Informática,

**Figura 8.15 – Casos A e B. Repartição espaço-temporal da actividade (caches consumidas)**



Leg.: Nos mapas, cuja extensão cobre a actividade dos geocachers em Portugal Continental, as linhas correspondem a percursos traçados unindo os pontos onde o indivíduo registou ter estado presente num determinado dia, surgindo numeradas a partir do dia 1, que se considera para cada caso ser aquele em que o geocacher efectuou a sua primeira geocache, permitindo assim hipoteticamente reconstruir os seus trajectos ao longo do tempo. Nalguns casos, a aparência rasurada resulta da impossibilidade de saber porque ordem, em cada dia, o geocacher efectuou cada geocache, assim, dentro de cada um, os percursos são convencionalmente ordenados por ordem ascendente da proximidade à sua residência.

trabalhador a tempo inteiro, natural de Torres Vedras, porém residente em Loures, onde habita num agregado de 4 pessoas para o qual declara um rendimento mensal livre de impostos entre 1668 e 2083 euros mensais, sendo para tal bolo o maior contribuinte. Iniciou-se no geocaching no ano de 2005, integrando, por conseguinte, os *early adopters*. Historicamente ao longo dos 3881 dias desde que se iniciou na actividade participou em 3 eventos relacionados com geocaching, colocou 28 geocaches e efectuou 3787 em Portugal e 40 no estrangeiro, registando uma média de 507 caracteres por *log* e, em forte contraste com o caso anterior, um total de 8401 fotografias. Pratica geocaching “ocasionalmente” sozinho, com colegas de trabalho e familiares e “frequentemente” com amigos (inclusive os que fez através do geocaching).

Atendendo à respectiva repartição espacial, constata-se neste caso que a sua actividade (Figura 8.15, à direita), tendo como valores de referência uma mediana de 21,8 Km e uma média de 62 Km de

distância de casa, se encontra repartida ao longo do tempo pelo pleno do continente.

O contraste entre ambos sugere a mobilidade como factor eminentemente condicionado pelo rendimento. Ambos retiram dela partido, declarando possuir automóvel próprio. Porém, apenas o indivíduo B parece ter por hábito efectuar deslocações mais longas, implicando pernoita.

Se analisarmos outros perfis congéneres, seja, de indivíduos com volumes globais de execução elevados porém tendo-se introduzido na actividade em diferes etapas da sua adopção, constatamos mais ainda que pese embora no cômputo global as médias das medidas das distâncias ao local de residência não exibirem uma tendência de variação consistente, os respectivos desvios padrão tendem a diminuir a partir de 2008 e em particular a partir de 2011, revelando a observação dos respectivos padrões de deslocação que os tardios tendem a uma circunscrição mais regional (distrito de residência e limítrofes) Por conseguinte, no cômputo global, o aumento da disponibilidade das geocaches parece ter tido por efeito diminuir a (necessidade da) extensão das deslocações para o fim específico.

Em terceiro lugar, consideremos o **caso de C**, correspondente a um indivíduo do sexo feminino de 42 anos. Solteira, licenciada na área das Ciências Dentárias, trabalhadora a tempo completo que optou por não declarar o rendimento, residente na periferia da cidade de Viseu, onde é a única pessoa em casa. Iniciou-se no geocaching no ano de 2011, encontrando-se, por conseguinte, na zona de margem entre a maioria de adoptantes iniciais e tardios. Ao longo dos 1571 dias desde que começou no geocaching, nunca participou em eventos nem colocou qualquer geocache, tendo efectuado um total 1773 em Portugal e 76 no estrangeiro, registando uma média de 310 caracteres por *log* e um total de 3376 fotografias. Integra o *cluster* dos “Exploradores Sociais” (subtipo “Explorador Capacitador”), efectuando geocaching muito frequentemente sozinha, ocasionalmente com colegas de trabalho e amigos (inclusive feitos através do geocaching) e jamais com a família.

Atendendo à respectiva repartição geográfica, constata-se neste caso que a sua actividade (Figura 8.16, à esquerda), se centra no eixo da A25, acompanhando os distritos de Aveiro, Viseu (residência) e Guarda, distando entre uma mediana de 36,2 e uma média de 68,2 Km de casa, estendendo-se ainda aos contíguos a estes e ao eixo daqueles em direcção a Lisboa. Distrito em que, ora na cidade, ora na zona de Vila Franca de Xira, regista um segundo núcleo de actividade.

Em quarto-lugar, consideremos o **caso de D**, correspondente a um indivíduo do sexo masculino, 26 anos, em União de Facto há menos de dois anos, residente também ele no distrito de Viseu, porém no extremo norte deste, na cidade de Lamego. Conclui o 12º na área das Ciências, trabalhador a tempo completo declara habitar um agregado constituído por duas pessoas com um rendimento líquido entre 1168 e 1417 euros mensais para o qual é o principal contribuinte. Iniciou-se no geocaching no ano de 2013. Ao longo dos 1889 dias desde que começou no geocaching, nunca participou em eventos nem colocou qualquer geocache, tendo efectuado um total de 889 em Portugal e 151 no estrangeiro, registando uma média de apenas 196 caracteres por *log* e um total de 3 fotografias. Integra o *cluster* dos “Exploradores Sociais” (subtipo “Explorador Capacitador”, por conseguinte declarando ser orientado pela descoberta dos “lugares”), efectuando geocaching “muito frequentemente” com amigos e colegas de trabalho, “ocasionalmente” com familiares e “raramente” sozinho ou com amigos feitos através do

geocaching.

Atendendo à repartição geográfica da sua actividade em Portugal, constata-se que esta se dilui de forma substancial entre um mediana de 95 e uma média de 154 Km de distância de casa com dois grandes núcleos no distrito de Viseu e de Lisboa, respectivamente.

Ao longo da vida, D já residiu em 6 locais. Embora declare o geocaching como *hobby* principal, é desportista profissional, praticando ainda mais do que uma actividade competitiva no tempo-livre. Neste caso, a extensão da actividade parece coincidir com as deslocações que empreende em função das provas em que participa, sendo o jogo locativo menos um “motor” do que um resíduo oportunista, constituindo uma âncora que lhe permite aproveitá-las para descortinar motivos de interesse.

Como conclusão, os indícios apontam para que, no cômputo, a passibilidade do geocaching actuar como motor autónomo e exclusivo das deslocações ser baixa. As “descobertas” que proporciona acompanham e estão de preferência condicionados por outros factores de motilidade.

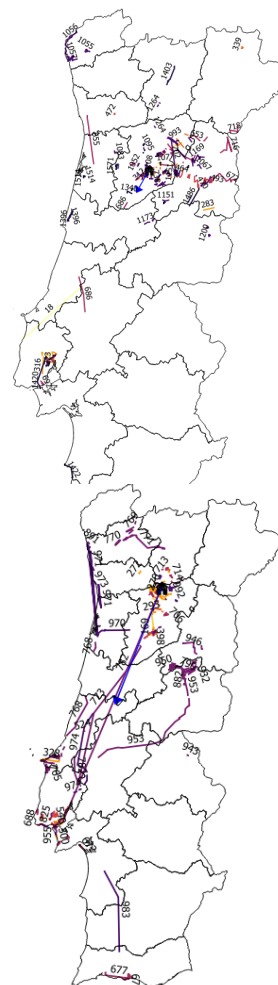
#### 8.2.4 DO GEOCACHING COMO CONTEXTO. INDICADORES DE ENQUADRAMENTO

Para melhor compreender as prioridades e os motivos de atracção dos geocachers relativamente ao território optámos como estratégia por cruzar a distribuição espacial, a cronologia de colocação e as características individuais das geocaches<sup>166</sup> com diversos tipos de informação geoespacial passível de caracterizar o seu contexto de implantação (veja-se a elucidação das fontes e procedimentos adoptado no Anexo J, p.CXI e seg.s).

No tocante aos dados assim obtidos, em primeiro lugar (Quadro 8.18) é de salientar a fatia desproporcional de geocaches colocada em tecido urbano (cerca de ¼) e em zonas genericamente consagradas a “indústria comércio e transportes” (no conjunto 32,5% das geocaches em 4,3% do território), sendo ainda de salientar a forte atracção proporcionalmente exercida pelos “Espaços verdes urbanos, equipamentos desportivos, culturais e de lazer, e zonas históricas”

A proporção urbano-rural é assim de sensivelmente de um pouco mais de um para dois terços. Seja, 35,8% das geocaches têm como ponto de localização inicial locais associados à vida em cidade

**Figura 8.16 - Casos C e D.**  
**Repartição espaço-temporal da**  
**actividade (caches consumidas)**



Leg.: Ver a descrição na figura anterior.

<sup>166</sup> Fonte: <http://www.geopt.org/index.php/caches/listagem-excel>. Empregou-se informação actualizada à data de 02 de Março de 2017, elencando um total de 62921 casos (incluindo os arquipélagos).

enquanto 64,2% se situam em espaços caracteristicamente implantados fora dela, com destaque para os diversos tipos de zonas florestais (39,6%).

**Quadro 8.18 - Distribuição das geocaches por tipos de uso do solo em que se situam (Portugal Continental)**

Categoria de Uso do Solo (COS 2007)	Frequência (nº de geocaches que recai na categoria)	% das caches que recai na categoria (A)	% da categoria (extensão da área) relativamente ao território continental (B) (1)	Dif. (A - B)	Var. Propor. (2)
Tecido urbano	14063	24,5	3,30	21,2	7,42
Florestas abertas e vegetação arbustiva e herbácea	11697	20,4	28,80	-8,4	0,71
Florestas	11081	19,3	23,90	-4,6	0,81
Indústria, comércio e transportes	4603	8,0	1,00	7,0	8,01
Áreas agrícolas heterogéneas	3908	6,8	12,80	-6,0	0,53
Culturas temporárias	3231	5,6	13,90	-8,3	0,40
Zonas descobertas e com pouca vegetação	2070	3,6	1,60	2,0	2,25
Culturas permanentes	1961	3,4	7,70	-4,3	0,44
Espaços verdes urbanos, equipamentos desportivos, culturais e de lazer, e zonas históricas	1907	3,3	0,10	3,2	33,19
Pastagens permanentes	740	1,3	5,00	-3,7	0,26
Áreas de extracção de inertes, áreas de deposição de resíduos e estaleiros de construção	653	1,1	0,30	0,8	3,79
Águas interiores	556	1,0	1,20	-0,2	0,81
Águas marinhas e costeiras (3)	549	1,0	n.s.a		
Zonas húmidas litorais	275	,5	0,3	0,2	1,60
Zonas húmidas interiores	152	,3	0,1	0,2	2,65
Espanha (além fronteira) (4)	8	,0	n.s.a		

Notas: N= 57454 geocaches. (1) Relativamente à proporção dos tipos de uso do solo constatou-se que os resultados não diferem de forma digna de nota efectuando idênticos cálculos considerando apenas a extensão das freguesias que efectivamente albergam geocaches. Dito de outro modo, que a distribuição dos tipos de usos de solo nas 497 freguesias que não albergam nenhuma geocache não se desvia significativamente da registada no cômputo do território. (2) Variação do número de caches face ao que seria de esperar numa situação de distribuição uniforme, em que o valor 1 representa proporcionalidade e por ex. “7,42” significa que se registam 7,42 vezes mais geocaches em “Tecido Urbano” do que seria de esperar numa situação em que sua distribuição fosse indiferente ao tipo de solo. (3) Correspondente a geocaches efectivamente surgindo como localizadas em superfície marinha. (4) Corresponde a geocaches classificadas no inventário do geocaching.com como pertencendo a Portugal mas tendo pontos iniciais que efectivamente se situam na vizinhança da fronteira, em Espanha (em locais não contemplados pela COS).

Como medida de dispersão, as geocaches marcam presença em 3553 (87%) das 4050 freguesias existentes em Portugal continental em 2011, estando ausentes de apenas 497 (13%)

O critério administrativo da freguesia, porém, pinta um retrato de uma uniformidade enganadora que rapidamente se torna evidente empreendendo a desagregação das unidades de implantação por exemplo pelo critério demográfico da vizinhança. De facto, este revela que a sua repartição é menos uniforme do que aparenta dividindo-se por apenas 26776 zonas “bgri11” (10,47% destas) dos Censos 2011, correspondentes por seu turno a 45,67 % da área do território nacional integrando 13% da população residente (Quadro 8.19 e Figura 8.17).

Com uma mediana de 15,71 e um percentil 70 situado nos 247,98 habitantes por quilómetro



quadrado elas traduzem a maioritária predilecção pelos ambientes campestres e periurbanos e por zonas desabitadas ou comparativamente (com a distribuição da densidade dos polígonos para a totalidade do território, apresentada na quarta coluna<sup>167</sup>) substancialmente menos densamente povoadas.

**Quadro 8.19 - Distribuição das geocaches segundo a densidade populacional do local (hab./km2)**

		BGRII1 c/ Geocaches	Totalidade de Portugal Continental
N	Válido	56991 geocaches em 26776 polígonos	255844 polígonos
	Omisso	463*	0,00
<b>Dens. Pop. (hab./km2) do polígono</b>			
Média		1124,59	3030,04
Erro Padrão da Média		15,71	12,47
Mediana		15,27	650,57
Moda		0,00	0,00
Desvio Padrão		3749,31	6309,05
Variância		14057331,20	39804065
Assimetria		6,26	4,41
Erro padrão da assimetria		0,01	0,00
Curtose		53,38	38,37
Erro Padrão da Curtose		0,02	0,01
Amplitude		71943,91	287879,89
Mínimo		0,00	0,00
Máximo		71943,91	287879,89
Soma		64091394,50	775218493
Percentis	10	0,00	1,00
	20	0,00	96,47
	30	0,86	220,97
	40	3,40	389,59
	50	15,27	650,57
	60	88,41	1118,23
	70	247,98	2040,54
	80	661,62	3882,62
	90	2527,72	8338,27

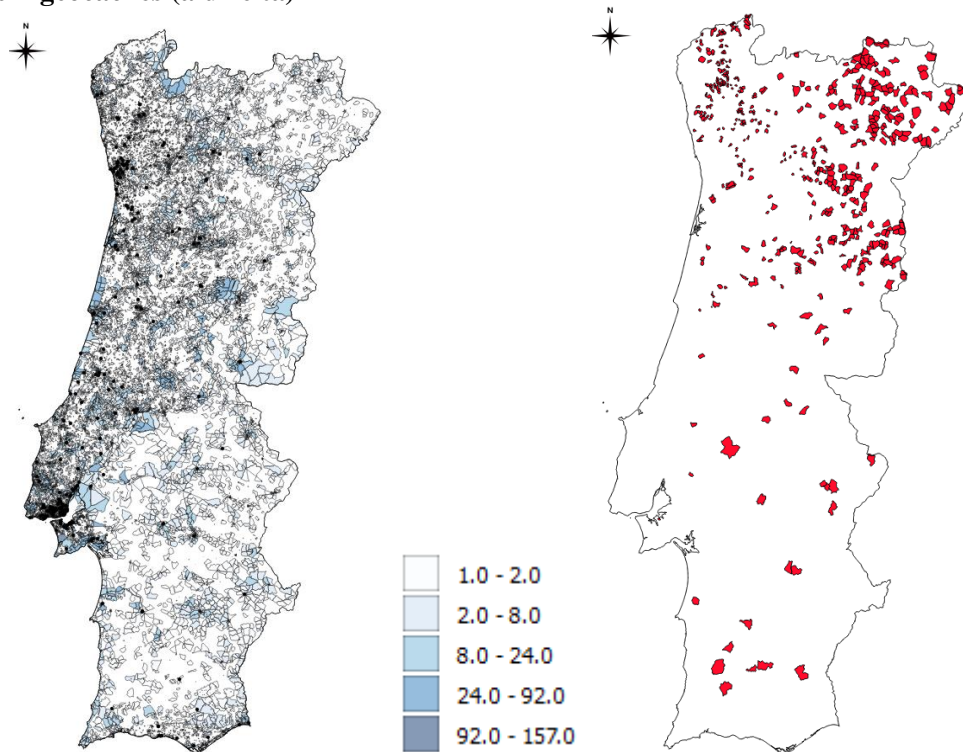
Nota: Empregaram-se aqui os valores de densidade populacional (hab./km2) calculados para a unidade mínima usada pelo INE nos Censos 2011 (“bgrii1”, ao nível da vizinhança).<sup>168</sup>

A observação do pormenor de alguns mapas correspondentes a estes 45,67 % do território alvo da colocação de geocaches na vizinhança (Figura 8.17, à esquerda) permite identificar conjuntos de agregados e tendenciais eixos de predilecção em função das características do terreno. Acompanhando, de forma notória, designadamente: 1) o pleno da linha de costa; 2) as bacias hidrográficas dos grandes rios nacionais, suas margens e principais afluentes; 3) as zonas montanhosas (ex. na Figura 8.18).

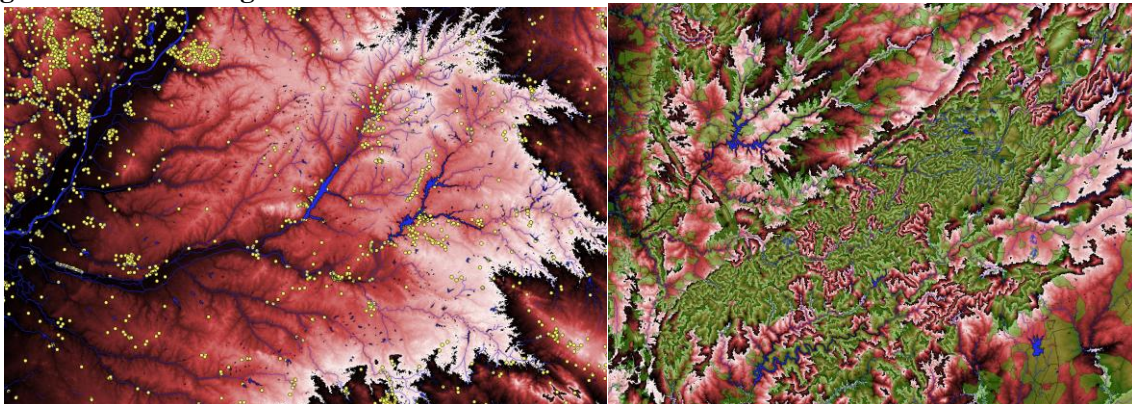
<sup>167</sup> Considerando cada polígono individualmente, independentemente da sua área. De outra forma é sabido que a média da densidade populacional para o cômputo do território continental é de aprox. 110 hab./km2. Os censos estão interessados na população, não na área. Logo, concentram grandes volumes de área desabitada num pequeno número de polígonos.

<sup>168</sup> É de salientar que o critério de delimitação do INE manifestamente visa facilitar a coordenação da recolha de dados e a distribuição do trabalho, de onde tendencialmente a área dos polígonos ser inversamente proporcional ao número de habitantes. Por outro lado, geram-se assim locais com densidades populacionais exorbitantes (tal no limite os 158 residentes atribuídos a aprox. 549 m2 em dado local do Algeirão, Mem Martins, que por razões desconhecidas efectivamente se constata ser uma rotunda, ou, em segundo lugar, aos 192 residentes nos 1691 m2 de área dos edifícios entre a Rua Dr. Ricardo Jorge e Av. Curry Cabral, na Amadora). \* Os valores omissos correspondem a geocaches colocadas em área não coberta pelos Censos 2011 (além-fronteira ou em corpo de água).

**Figura 8.17 – Distribuição das geocaches por polígonos BGRI11 (Continente, à esquerda) e Freguesias sem geocaches (à direita)**



**Figura 8.18 – Entre água e serra**



*Leg:* À esquerda: a atracção pelas zonas contíguas aos rios e verosimilmente pela vegetação presente onde a água abunda está patente nesta imagem de sobreposição entre as geocaches (a amarelo), um modelo digital do terreno (tonalidade vermelha) e a camada *waterways* do OSM (linhas azuis) onde se constata a sua distribuição na proximidade do Vale do Tejo (zona escura, correndo diagonalmente à esquerda, em cima) e acompanhando os seus afluentes (mormente o Soraia, ao centro, ramificando para Este). À direita: Representação da orografia compreendida entre as serras da Lousã e da Estrela. As zonas sombreadas a verde correspondem a áreas com geocaches (aí demasiado numerosas para poderem ser representadas por pontos). À parte o efeito atractor do Mondego, a norte, e do Zêzere, a sul, é evidente o interesse pelas

A proximidade das linhas de água revela igualmente correlação com a predilecção atribuída às caches - mais próximo da água corresponde a uma votação mais elevada (Coef. Pearson -,108) - e com o número médio de fotos por *found* (-0,23) – mais perto de água corresponde a mais fotos.

Prestando atenção às 497 freguesias em que o geocaching não regista qualquer actividade (Figura 8.17, à direita) podemos ser levados a interrogar-nos sobre o porquê. Neste caso, uma análise puramente cartográfica e do relevo do terreno revela que a sua localização não difere das demais.

Ostentam bacias hidrográficas e situadas em grande parte na Beira Alta, em Trás-os-Montes e no Minho, não lhes faltam elevações.

Se nos debruçarmos sobre a sua demografia, com bases nos Censos 2011, somos ainda surpreendidos pelo facto de a sua estrutura etária não ostentar, contrariamente ao que poderia ser de esperar, um desvio para os escalões mais elevados face à média do demais território. O conjunto das freguesias sem geocaches revela, não obstante, variações significativas em três domínios face ao demais conjunto nacional: nos níveis de escolarização da população (33 contra 25% ao nível do primeiro ciclo do ensino básico e ainda mais significativamente 4,6 contra 12,1% ao nível do superior completo); nos sectores produtivos em que a população se ocupa (17,8 contra 29,28% ocupados no terciário, preponderância dos primário e secundário) e no tipo de edifícios (66 contra 51% de edifícios isolados e de uma forma geral menor número de pisos).

Pintam, por conseguinte, o retrato da info-exclusão como correspondente a uma população com menor qualificação e verosimilmente, mercê da edificação dispersa, menor facilidade de acesso às infra-estruturas da Internet.

Num exercício complementar, tentando aferir o peso global dos diversos factores que podem condicionar a opção por determinados locais como locais de geocaching, efectuámos ainda cálculos relativamente a quatro indicadores: a distância entre as geocaches e a unidade de património mais próxima (pretendendo aferir o peso da monumentalidade); a distância à via mais próxima (pretendendo aferir o peso da acessibilidade e a efectiva extensão do carácter “aventureiro” que os geocachers se atribuem); a distância à linha de água mais próxima (atendendo à “coincidência” supra constatada) e, finalmente, a altitude do lugar (admitindo a importância da vista e do ponto cénico). Como mecanismo de controlo e comparação idênticos cálculos foram ainda efectuados para um número equivalente de pontos gerados programaticamente, de forma aleatória, porém sujeita à regra de terem no mínimo 160 metros de distância entre si (tal a regra imposta pelo geocaching.com relativamente à colocação de uma nova cache). O primeiro grupo de controlo obedeceu ainda à regra dos pontos aleatórios terem sido criados em número igual às geocaches existentes por freguesia: no segundo demos ao programa liberdade em opô-los livremente dentro do polígono do território continental.

Como resultado (Quadro 8.20) é possível constatar que as geocaches propendem a localizar-se significativamente mais próximas do património e das linhas de água (sendo aqui necessário ponderar que a significância destas se encontra diluída uma vez que se considera os minúsculos a par dos grandes cursos). São igualmente notoriamente marcadas pela proximidade viária (3 vezes mais próximas do que seria de esperar para uma distribuição aleatória de equivalente número de localizações por freguesia e 6 vezes mais próximas considerando uma distribuição aleatória não ponderada pelo pleno do território continental).

Já o factor altitude, pese embora a coincidência o aumento desta e o nível de satisfação obtido (*cf.* Quadro 8.6, p.197), não revela que, na prática, esta difira da média que se poderia obter por colocação aleatória na freguesia, situando-se ainda substancialmente abaixo da média nacional (factor explicável pelo facto de as zonas mais elevadas do país terem igualmente menor densidade de

geocaches).

**Quadro 8.20 - Medidas da distância das geocaches à unidade de património, via, linha de água mais próximos e altitude do lugar (continente).**

Geocaches					Grupo de Controlo 1 (pontos aleatórios com distribuição equivalente por freguesia)				Grupo de Controlo 2 (número idêntico de pontos aleatórios a nível nacional)				
unidade = metro	N	Distância à unidade e de património mais próxima (SIPA)	Distância à via mais próxima (OpenStreet Maps)	Distância à linha de água mais próxima (OpenStreet Maps)	Altitude DEM Aster 2 (NASA)	Distância à unidade e de património mais próxima (SIPA)	Distância à via mais próxima (OpenStreet Maps)	Distância à linha de água mais próxima (OpenStreet Maps)	Altitude	Distância à unidade e de património mais próxima (SIPA)	Distância à via mais próxima (OpenStreet Maps)	Distância à linha de água mais próxima (OpenStreet Maps)	Altitude DEM Aster 2 (NASA)
		57454	57454	57454,00	57451	56091	56091	56091	56090	58296	58296	58296	58296
		0,00	0,00	0,00	3,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Média	1076,20	58,70	1303,29	228,45	1479,97	153,97	1423,15	233,42	2429,80	337,74	1707,02	313,47
	Erro Padrão da Média	5,05	0,65	5,75	1,08	5,76	1,11	5,68	1,08	7,93	1,89	6,26	1,09
	Mediana	697,19	11,24	871,86	127,00	1086,56	68,30	1025,31	137,00	1881,58	163,98	1288,35	230,00
	Moda	55,87	5,77	1180,16	0,00	1 <sup>a</sup>	0 <sup>a</sup>	0 <sup>a</sup>	0,00	1 <sup>a</sup>	0 <sup>a</sup>	0 <sup>a</sup>	9,00
	Desvio Padrão	1209,44	155,29	1378,90	259,40	1363,53	262,24	1345,86	256,33	1915,55	457,37	1511,85	264,19
	Variância	1462756	24114	1901355	67287	1859205	68771	1811350	65707	3669314	209186	2285683	69798
	Assimetria	2,20	8,92	1,99	1,95	1,96	4,67	1,78	1,95	1,40	2,80	1,41	1,22
	Erro padrão da assimetria	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
	Curtose	7,18	185,59	6,33	4,86	5,21	32,23	4,92	4,75	2,03	11,67	3,02	1,27
	Erro Padrão da Curtose	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
	Amplitude	11384,48	7237,86	19606,49	1994,00	11796,80	3742,49	13417,32	1959,00	12392,34	7597,05	19914,62	1956,00
	Mínimo	0,08	0,00	0,01	-2,00	0,66	0,00	0,03	0,00	1,12	0,00	0,00	0,00
	Máximo	11384,56	7237,87	19606,50	1992,00	11797,46	3742,49	13417,35	1959,00	12393,46	7597,05	19914,63	1956,00
	Soma	61831932	3372743	74879497	13124423	83013257	8636322	79826042	13092806	141647504	19688972	99512721	18273965
	Perce ntis	10	41,66	1,68	75,95	14,00	240,85	7,57	161,42	19,00	548,02	19,48	188,05
		20	140,29	3,41	221,80	34,00	440,40	17,36	342,85	44,00	867,48	43,82	415,73
		30	293,40	5,31	401,03	60,00	640,28	29,42	544,11	71,00	1172,02	73,74	670,94
		40	480,81	7,64	622,48	90,00	849,25	46,16	772,23	99,00	1506,86	112,58	960,12
		50	697,19	11,24	871,86	127,00	1086,56	68,30	1025,31	137,00	1881,58	163,98	1288,35
		60	961,34	17,54	1179,04	187,00	1365,23	97,82	1331,67	190,00	2340,31	235,40	1683,23
		70	1294,19	30,40	1553,23	269,00	1730,96	141,08	1729,70	267,00	2944,99	346,61	2174,06
		80	1771,81	60,28	2139,20	395,00	2263,81	211,67	2293,41	394,00	3781,75	529,47	2816,84
		90	2601,32	145,67	3195,63	596,00	3224,93	370,77	3277,69	593,00	5122,42	886,54	3840,69

<sup>a</sup> Indica a existência de várias modas, sendo indicada a mais baixa. Fontes dos dados: SIPA, OpenStreetMap e NASA. Distâncias em metros.

Uma desagregação pelo tipo de via mais próxima (Quadro 8.21) é reveladora. A mediana do ponto inicial das geocaches encontra-se assim a apenas 11,24 metros de qualquer espécie de via de acesso definida enquanto a média se situa nos 58,7 metros. Conforme esperado, pontificam, não obstante, as diversas tipologias de caminho não pavimentado (23%), os trilhos pedestres, os caminhos pedonais (aprox. 6% cada) e as ruas reservadas a peões (2%), sendo de assinalar para estes medianas de distância superiores aos demais.

As ruas residenciais e o tipo de acessos a infra-estruturas apresentam-se consistentes com o um pouco mais de 1/3 das geocaches que a tipologia COS situa como correlata aos ambientes povoados.

**Quadro 8.21 – Distância entre os pontos iniciais das geocaches e a via mais próxima (metros), considerando a tipologia da última (continente)**

Tipo de Via	% N total	Contagem	Mediana	Média	Desvio padrão	Soma
Estrada Regional	,04%	23	7,70	14,81	25,10	341
Estrada Nacional	,09%	51	8,57	13,33	19,82	680
Caminho não pavimentado (grade 5)	,09%	52	29,03	77,10	129,43	4009
Nó de ligação de auto-estrada	,10%	59	23,92	51,60	73,21	3044
Nó de ligação de estrada municipal	,13%	74	10,26	31,65	55,62	2342
Caminho residencial	,13%	77	6,01	27,70	56,98	2133
Nó de itinerário principal ou complementar	,13%	77	11,03	18,75	34,69	1444
Caminho não pavimentado (grade 4)	,19%	107	28,91	88,13	162,94	9430
Caminho não pavimentado (grade 1)	,26%	152	14,75	81,71	146,70	12420
Desconhecido	,44%	253	17,99	81,00	131,98	20493
Caminho de gado	,48%	275	7,19	21,60	40,64	5940
Caminho não pavimentado (grade 3)	,50%	289	14,05	87,44	393,39	25270
Itinerário principal ou complementar	,58%	331	15,14	56,62	122,69	18741

Escadaria	,61%	351	5,99	127,71	405,83	44825
Auto-estrada	,62%	354	21,79	97,94	177,78	34670
Caminho não pavimentado (grade 2)	,68%	391	9,92	64,26	137,09	25126
Ciclovia	1,67%	962	4,84	29,79	85,04	28659
Rua reservada a peões	2,04%	1174	4,96	19,31	85,21	22673
Estrada Regional	3,62%	2080	11,10	67,45	182,55	140300
Estrada de acesso a parques, praias, terrenos privados, áreas de serviço...	5,05%	2901	12,10	50,67	133,56	146995
Caminho pedonal	5,92%	3404	5,89	42,02	160,97	143025
Trilho pedestre	5,99%	3444	12,97	78,16	248,34	269198
Estrada Nacional	6,50%	3734	10,71	53,35	142,75	199222
Estrada Municipal	9,37%	5383	12,71	64,63	149,66	347884
Outras ruas e caminhos privados	10,90%	6263	16,68	79,62	168,71	498672
Caminho não pavimentado	21,25%	12209	16,78	75,85	158,39	926067
Rua residencial	22,60%	12984	9,68	33,82	90,16	439140
Total	100,00%	57454	11,24	58,70	155,29	3372743

Fonte da informação vectorial: OpenStreetMap.

## Capítulo 9 - JOGO. AVALIAR O GEOCACHING COMO PRÁTICA DE LAZER E FORMA DE JOGO

“o equilíbrio de poder está sempre presente onde haja uma interdependência funcional entre pessoas (...) ao utilizarmos os modelos de jogos de competição para tornar evidentes as configurações de poder, o conceito de ‘relações de poder’ é substituído pelo termo ‘força relativa dos jogadores’”  
Elias (2008, p. 81)

“Analisar o poder nas figurações envolve pelo menos três níveis: o posicionamento na constelação de actores, as práticas que suportam as relações de poder e a inscrição do poder no *ensemble* mediático”  
Couldry e Hepp (2016, p. 88)

Analisar o geocaching como “jogo” *strictu sensu* implica, nos termos anteriormente definidos e enquadrados (*cf.* particularmente a parte 6.2, p.129 e seg.s), equacioná-lo enquanto prática em que simulação, competição e vertigem se conjugam; avaliar os seus improvisos e as suas regras, as suas batotas e as formas degeneradas de alienação e dependência que pode assumir. Envolve, em suma, ponderá-lo simultaneamente como prática governada por metas normativas, como forma de faz-de-conta e de imersão numa esfera de comunicação e prática em que dimensões anteriores colidem entre si, importando aferir, como significativo, até que ponto as regras e o discurso consensualizado dos valores são subvertidos e a rivalidade e o apelo do pódio entram em tensão com a cooperação e a sociabilidade; como a deriva para o jogo através da omnipresença da computação móvel é coerente com a dissolução da distinção entre tempo de trabalho e tempo de lazer na condição contemporânea de um homem que tende a jogar em todo o lado e em muito distintos momentos da vida, mimetizando e reproduzindo ao mesmo tempo em formas de “brincadeira” prosseguidas na vida adulta as metas de organização da sociedade dita de consumo.

Em conformidade, deter-nos-emos em quatro momentos, correspondentes a outras tantas ordens de preocupações. Em primeiro lugar tentaremos perceber até que ponto o geocaching como jogo pode constituir uma forma de lazer sério, um estilo de vida e uma expressão particular de disposições de “gosto”. Tendo-o estabelecido, debruçam-nos de seguida sobre os seus marcadores e mecanismos diferenciadores, tangivelmente constituídos pelos artefactos que integra (geocaches, *trackables* e *badges*), sobre o modo como estes operam e permitem formas de afirmação e expressão individual que ao mesmo tempo instituem a reprodução da ordem moral competitiva, avaliando como, para alguns, no extremo, o colecionismo deriva em acumulacionismo, enquanto forma de consumismo vácuo e desenfreado no qual o desejo dos objectos é um fim em si próprio. Finalmente, como corolário e complemento, debruçamo-nos sobre como o secretismo institui um sentido de exclusividade na prática que entra em rota de colisão com os valores da massificação, introduzindo rupturas e tensões no seio do grupo de praticantes que sobretudo traduzem desconforto com a elisão da sua capacidade como instrumento diferenciador e de afirmação.

### 9.1 PODE UM JOGO LOCATIVO CONSTITUIR UM ESTILO DE VIDA E UMA FORMA DE LAZER SÉRIO?

Averbando em Portugal no início de Agosto de 2015 cerca de meia centena de milhar de

jogadores registados ao longo dos anos, para a maioria destes o geocaching era/é certamente uma forma de passar o tempo relativamente inócua, entre muitas outras formas de recreio (cf. Quadro 9.1 - No conjunto dos *hobbies* que mantém, qual o lugar ocupado pelo geocaching?). Para outros é porém admissível que o jogo chegue a constituir mais do que isso um verdadeiro estilo de vida e inclusive uma fonte passível de oportunidades, como forma de “lazer sério” (Bryant & Peck, 2007, p. 183).

Para tentarmos perceber até que ponto ele é capaz de se revelar envolvente a ponto de constituir verosimilmente uma prática axial mobilizadora de fatia substancial do tempo e dos recursos dos participantes podemos socorrer-nos de alguns indicadores, de entre os quais o mais evidente são obviamente os rácios de execução em função do tempo de permanência na actividade.

Desta forma, uma média simples entre o total de dias dentro da actividade (obtido pela diferença entre a data do primeiro e do último *log*) e o respectivo número de *finds* (deslocações empreendidas com sucesso) revela para o total do universo uma média de execução de 0,6 caches por dia com uma mediana de 0,16. Esta última confirma a hipótese de que genericamente, para a massa, a sua vivência é circunstancial.

Sendo difícil definir um número exacto a partir da qual se pode admitir que o geocaching é mais do que uma simples forma de matar o tempo, mas algo com o qual o individuo desenvolveu um grau de envolvimento suficiente para sentir que é parte importante de quem é, assumindo o risco de que esse valor será sempre arbitrário, constata-se ainda assim que aproximadamente 5700 utilizadores registados (não usamos a expresso “praticantes” porque nalguns casos os registos correspondem a “equipas” de mais do que um indivíduo) fizeram pelo menos em média uma cache por dia e que entre estes aprox. 1700 fizeram três ou mais; 870 cinco ou mais e aprox. e 240 registam uma média de 10 ou mais geocaches executadas por dia.

Outro indicador possível e porventura mais revelador é considerar o número de dias consecutivos passados a *cachar* (seja, dias sucessivos em que sem interrupção se fez uma geocache). Este revela-nos valores que no máximo são de 1394 dias, com 104 jogadores que fizeram pelo menos 100 dias consecutivos a *cachar* e 854 pelo menos 30 dias consecutivos activos.

Já considerando os dias distintos com *finds* (dias cumulativos em que independentemente da intensidade da actividade e do número de *finds*, houve registo de actividade com deslocação, propositada ou não) 629 geocacher registam pelo menos 365 dias (um ano) de actividade, valor que sobe para 1698 indivíduos com pelo menos 200 dias.

Com base nestes elementos, finalmente, podemos estimar com um grau razoável de certeza que o geocaching se constitui num estilo de vida e numa forma potencial de “lazer sério” para entre algumas centenas e alguns milhares de indivíduos e algo como 1 e 10% dos praticantes, dependendo do critério.

Como **estilo de vida** ele distingue-se por “um conjunto distintivo de padrões partilhados de comportamento tangível organizado em torno de um conjunto de interesses coerentes ou condições sociais ou ambos, que é explicado e justificado por um conjunto de valores, atitudes e orientações e que, em certas condições, se converte numa base para uma identidade social comum e separada para os seus

participantes” (Stebbins, 1997)<sup>169</sup>.

Constituindo, inerentemente, nos termos de Bourdieu, uma expressão das disposições de “gosto”, como “propensão e capacidade para apropriar (material e simbolicamente) uma dada classe de objectos de práticas classificadas e classificantes” (Bourdieu, 1984, p. 173), o geocaching institui através do jogo regras e valores que funcionam como sistema de marcadores codificando a diferença social em função por exemplo do volume e da dificuldade particular das caches feitas, da disponibilidade em levar a cabo a actividade no estrangeiro, da possibilidade de invocar o capital académico disponibilizando traduções bilingues nas páginas das caches criadas *et cetera...* e é a obediência à gramática comum que estes instituem que suficientemente arreigada acaba por definir o jogo como um “estilo de vida” em que nas práticas dos seus agentes se torna possível uma “afinidade estilística (...) que faz de cada um deles uma metáfora dos outros devido ao facto de que cada um deles ser produto de transferências dos mesmos esquemas de acção” (idem).

Assim, sendo possível encontrar dentro do jogo locativo diferentes estratos socioeconómicos, “classes”<sup>170</sup> e diversos níveis de dotação dos diversos tipos de capital, os seus protagonistas combinam-

---

<sup>169</sup> O termo é por conseguinte empregue no sentido eminentemente weberiano (Weber, 1978, p. 302 e seg.s) de acordo com o qual paralelamente à estratificação social em classes socioeconómicas seria possível distinguir grupos de estatuto ou posição (*ständische lage*) definidos pela “efectiva reclamação à estima social” que se chegam a constituir de acordo com a comunhão de hábitos particulares, como o modo de vida, de vestir e notavelmente pelo tipo de actividades de lazer (Jenkins & Pigram, 2003, p. 288). Analogamente, para Bourdieu os estilos de vida constituem a forma coerente tomada pelas distintas práticas culturais das diferentes classes e fracções de classes (Dunn, 2008, p. 62), “a unidade escondida por detrás da diversidade da multiplicidade do conjunto de práticas levadas a cabo em campos governados por diferentes lógicas e portanto induzindo diferentes formas de realização” (Bourdieu, 1984, p. 101). Bourdieu é aqui de resto um autor-chave na medida em que concilia os clássicos, já se viu Weber, mas também Veblen (2007), com algumas das preocupações contemporâneas sobre a importância do consumo na constituição da identidade, incorporando as preocupações linguísticas e semióticas do século XX sem, porém, se deixar embriagar ou manietar por elas. Ele explica como os bens são convertidos em símbolos, admitindo, não obstante, que essa conversão obedece a uma dinâmica de fundo em que disposições prévias e prossecução do estatuto se integram e das quais os diversos sistemas culturais emergem como denominadores. Chaney (1996), por seu turno, sugere a importância do conceito para descrever a ordem social contemporânea na medida em que, associados à cultura de consumo, eles permitem reduzir a ansiedade. A opção por um dado *lifestyle*, correspondente ao investimento no significado e na identidade através da cooptação de dadas práticas e produtos, seria uma forma de lidar com a ambivalência e a pluralidade de ofertas, estabelecendo uma bússola/referente na conduta. Como projectos existenciais, tanto quanto fruto determinado do marketing e da inculcação de práticas de consumo de dados bens através da publicidade, os estilos de vida seriam instrumentos reactivos e normativos, impondo exercícios de *gosto* particulares, o engendramento dos quais estaria na essência “das modernas economias capitalistas de signos e espaço” (Lash & Urry, 1994, p. 59), instituindo a possibilidade da autonomia criativa como forma de “reflexividade estética (...) envolvendo a interpretação auto-consciente de práticas particulares simbólica ou semioticamente significativas” que estabelecem uma ligação íntima e crescentemente generalizada nos diversos estratos sociais entre a prática de um sentido de estilo e a identidade pessoal (Chaney, 1996, pp. 69-70).

<sup>170</sup> Para uma problematização da acuidade ou falta dela do conceito de “classe social” contemporaneamente veja-se por exemplo Erik Wright em Ritzer (2005b, p. 717 e seg.s), bem como, no tocante à sua relação com a identidade e a diferença no quadro das perspectivas da Sociologia Cultural e da Sociologia da Cultura, respectivamente, Back (2012, p. 48 e seg.s) e Jacobs e Hanrahan (2005, p. 207 e seg.s). Para a diferença entre estas duas últimas consulte-se ainda Jeffrey Alexander e Philip Smith em Turner (2001, p. 136 e seg.s). Neste trabalho aderimos ao ponto de vista de Bourdieu (1991, p. 231) para quem, “no papel”, as classes se podem definir no “sentido lógico” como “conjuntos de agentes que ocupam posições similares e que, estando situados em condições submetidos a tipos de condicionamento similares, têm toda a probabilidade de ter disposições e interesses similares, e como tal de produzir práticas e adoptar atitudes similares”, existentes por conseguinte, em última análise, não como “grupos reais” mas como *clusters* de probabilidade estatística e de características partilhadas que tendencialmente determinam oportunidades de vida e posicionamentos idênticos.



se em função da adesão ao *lifestyle* que o jogo propõe, o qual concilia e permite assimilar pelo menos três dos valores afluentes da sociedade contemporânea: mobilidade, tecnologia e actividade ao ar livre.

O geocaching continua a dar-te a mesma alegria que sentiste no primeiro dia (desde 2000)? Realmente ainda me dá a mesma alegria que dava originalmente. Parte da razão para isso é que ele combina várias das minhas actividades e passatempos favoritos num só: exploração e aventura, tecnologia, natureza, entre outros. (JS, GM 4)

Já como forma de “**lazer sério**”, por oposição ao “lazer não sério” e eminentemente “casual”, em consonância com a admissão da remanescência do desiderato da associação da ética protestante ao espírito do capitalismo, em que o tempo-livre como tempo-morto é desdenhado e se procura tanto quanto possível habilitá-lo, dotando-o de um sentido produtivo que pode revestir tanto a forma de um benefício para o próprio, como educação e auto-aprendizagem (auto-cultivo), como para a comunidade, sob a forma de voluntariado, seja ainda engendrando meios de conciliação como actividade económica, a tempo inteiro ou parcial, em linha, por exemplo, com modalidades tais as diversas formas de desporto com prancha (como o *bodyboard*, *windsurf*, *kitesurfing*...) - de que se considera evidencia empírica suficiente o deambular pela frente marítima das nossas estâncias balneares, por exemplo, próximo de Lisboa, a Costa de Caparica, em que se pode constatar que muitos “surfistas” acabaram por fazer disso profissão, formando “escolas de surf”, “lojas de surf”, “bares de surf” *et cetera* -, o geocaching encerra igualmente a capacidade de se instituir como “**busca sistemática de uma actividade amadora, hobby ou voluntariado em que os participantes encontram interesse substancial e em que tipicamente se lançam numa lógica de carreira em adquirir e expressar competências especiais, conhecimento e experiência**”, nos termos do extenso trabalho de Robert Stebbins (Cohen-Gewerc & Stebbins, 2013; Davidson & Stebbins, 2011; Stebbins, 1992, p. 3; 2015)<sup>171</sup>, expressos ainda por exemplo em Rojek, Shaw & Veal (2006, p. 448 e seg.s) e em Haworth e Veal (2004, p. 200).

É assim possível distinguir em quem empreende o geocaching de forma mais “séria”, duas grandes ordens de motivações e respectivos grandes tipos de “recompensas” proporcionadas:

#### **Recompensas pessoais:**

- **Auto-gratificação e Enriquecimento pessoal**, através da partilha de experiências e da identificação com outros que partilham os mesmos interesses
- **Auto-actualização**, eminentemente como forma de “educação informal ao longo da vida”, através do desenvolvimento de habilidades, competências e conhecimentos (capacidades mecânicas, por exemplo para construir contentores, capacidades intelectuais, por exemplo aprender os rudimentos do GPS e de manuseio dos diversos sistemas de anotar as coordenadas, conhecimento histórico relativo aos lugares, bem como de dadas áreas específicas do conhecimento de forma a poder executar caches “mistério” e toda a sorte de puzzles que lhes estão associados. Muitos geocachers adquiram ainda por exemplo as suas primeiras competências na linguagem HTML perante a necessidade de aprender a formatar as páginas das respectivas geocaches *etc.*).
- **Auto-expressão**, através da possibilidade do exercício da criatividade mediante os instrumentos anteriores.
- **Auto-imagem**, através do reconhecimento obtido pelos outros (fazendo-se notar, seja dentro da comunidade, seja fora dela, por exemplo nos Mass Media).
- **Ganhos financeiros** (por exemplo através do comércio de *geocoins* e *trackables*, do desenvolvimento de lojas – *e.g.* <http://www.geocacherzone.pt>, - oferecendo produtos

<sup>171</sup> Veja-se ainda o *website* mantido pelo autor: <http://www.seriousleisure.net>

especializados para o *hobby*, inclusive criando negócios de alojamento específico para geocachers – e.g. <http://www.gzhostel.com> )

### Recompensas sociais:

- **Atração social** (caso de protagonistas que logram sensibilizar e mobilizar as autoridades locais a ponto de recolherem notoriedade junto destas – e.g. os eventos organizados na ilha de S. Jorge, descritos infra - ou ainda quando entrosam a actividade com entidades promotoras de outros tipo de actividades com reconhecimento formal).
- **Realização grupal** (por exemplo através de acções tipo CITO, de reabilitação ambiental, organizando e mobilizando vontades).
- **Contribuição para a manutenção e desenvolvimento do grupo**, incluindo a satisfação de ajudar os outros, de se sentir útil e necessário (por exemplo desenvolvendo serviços complementares – como no caso dos sítios nacionais em que se programaram e disponibilizaram as diversas ferramentas e se redigiram inúmeros conteúdos de apoio e orientação iniciática).

Tipicamente, em suma, o lazer sério permite aos seus praticantes adquirirem benefícios duráveis através de um *ethos* singular em que se geram laços, solidariedades e cumplicidades com outros participantes a ponto de gerarem um sentido de identidade grupal e de constituírem uma plataforma e um foco de atenção comum que tanto pode levar a criar oportunidades para obter proventos monetários (citámos o caso óbvio das lojas equipamento) como, mais frequentemente ainda, podem levar a uma tentativa de reconhecimento social - veja-se como exemplo, nas citações seguintes, o caso de um geocacher migrado nos Açores que logrou cimentar nas autoridades locais o interesse pela realização de eventos de geocaching como instrumento de promoção turística e marketing territorial.

São Jorge tem muito para oferecer. Temos trilhos pedestres, temos o canyoning, o BTT, a observação de aves, a espeleologia, a boa comida e produtos de referência mundial (queijo São Jorge e atum Santa Catarina). Então porque não conciliar a vertente do geocaching com o que de melhor São Jorge tem para oferecer? Comecei a estabelecer alguns contactos, a obter alguma informação no que a apoios diz respeito, e quando vi que o projecto tinha pernas para andar, avancei sem hesitar, ainda na incerteza se o projecto iria ser aprovado ou não.

Foram inúmeras as pessoas envolvidas, desde o Presidente e a Vereadora da Cultura da Câmara Municipal de Velas, o Presidente e a Vice-Presidente da Junta de Freguesia de Velas, o Director e as Técnicas do Parque Natural de São Jorge, os condutores das carrinhas, só para citar alguns (PS, GM 10)

### Quadro 9.1 - No conjunto dos *hobbies* que mantém, qual o lugar ocupado pelo geocaching?

	Freq.	%	% válida	% cumulativa
Nada importante. Tenho um interesse muito marginal pelo geocaching.	9	1,8	1,8	1,8
Pouco importante. Tenho outros <i>hobbies</i> que me interessam mais.	50	9,7	9,7	11,5
Importante. É um dos meus <i>hobbies</i> preferidos.	335	65,3	65,3	76,8
Muito importante. É o meu <i>hobby</i> principal.	119	23,2	23,2	100,0
Total	513	100,0	100,0	

#### 9.1.1 O GEOCACHING COMO EXPERIÊNCIA DE JOGO COMPLETA

Para melhor compreender o geocaching enquanto experiência de jogo socorremo-nos da *Playful Experience Framework (PLEX)* a qual, a partir de uma síntese da literatura sobre os jogos empregando recursos digitais, identifica de forma bastante compreensiva duas dezenas categorias de motivos para aderir a actividades lúdicas com base no tipo de experiências que proporcionam, actividade executada, emoções e motivos para participar (Arrasvuori, Boberg, Holopainen, *et al.*, 2011; Korhonen, Montola, & Arrasvuori, 2009; Lucero, Holopainen, Ollila, *et al.*, 2013).

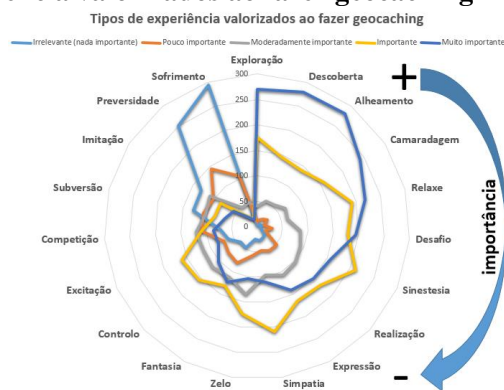
Em conformidade solicitámos aos respondentes ao nosso questionário que se pronunciassem sobre os níveis de importância que individualmente atribuíam a 19 factores para fazer geocaching (Figura 9.1 e Quadro 9.2), deixando de fora do modelo original, por entendermos não ter colação, o factor “erotismo”.

Os resultados **confirmam** simultaneamente a adequabilidade do modelo e **a específica capacidade do geocaching em se constituir como “jogo completo”**, com 15 dos tipos de experiência a recolherem um assentimento positivo e apenas 4 a registarem um reconhecimento predominantemente negativo.

Sem surpresa, entre os factores tidos em média por “importantes” ou “muito importantes” verifica-se que pontificam a Exploração, a Descoberta, o Alheamento, a Camaradagem, o Relaxe, o Desafio e a Sinestesia.

Em contrapartida, para a maioria dos respondentes, as possibilidades epitomadas como de Subversão, Imitação, Perversidade e Sofrimento conhecem a mais baixa identificação. A sua desvalorização qualifica a experiência do jogo como inerentemente “sociável” e uma asserção maioritariamente timorata e integradora que, na lógica da teoria das trocas de Blau, repugna a ruptura e sublima a desigualdade. Ao mesmo tempo, a “frustração, raiva, aborrecimento ou desapontamento” que forçosamente derivam das dificuldades próprias da actividade (em encontrar as caches mais bem ocultas e em superar por vezes as dificuldades do terreno) são aparentemente postas de lado, revelando que os mecanismos da experiência negativa estão ensombrados na mente dos praticantes: levados a reflectir sobre o assunto, a generalidade mostra-se aparentemente incapaz de reconhecer valor aos sentimentos desagradáveis no contexto do jogo, a percepção da sua experiência está, por assim, dizer implícita e não explícita.

**Figura 9.1 - Tipos de experiência valorizados ao fazer geocaching**



**Quadro 9.2 - Motivações para fazer geocaching segundo o tipo de experiência**

Pessoalmente que importância atribui a cada uma das seguintes motivações para fazer geocaching?	Irrelevante (nada importante)	Pouco importante	Moderadamente importante	Importante	Muito importante				
	Cont.	Cont.	Cont.	Cont.	Cont.	Média	Desvio P.	Variância	Experiência
Esquecer e escapar à rotina do dia-a-dia. Sair da zona habitual de residência.	6	20	55	141	281	4,33	0,91	,824	<i>Alheamento</i>
Ter de desenvolver e exercer novas competências para fazer faces a certos desafios.	7	31	86	179	195	4,05	0,97	,939	<i>Desafio</i>
Competir e experimentar uma vitória contra si próprio ou os outros.	72	108	120	110	86	3,06	1,31	1,714	<i>Competição</i>
Experimentar a satisfação de ter completado uma tarefa relativamente à qual tinha anteriormente sentido dúvida ou	21	53	103	170	151	3,76	1,12	1,259	<i>Realização</i>

tensão.									
Sentir autocontrolo, comando, capacidade ou virtuosidade.	44	76	118	155	103	3,40	1,22	1,496	Controlo
Descobrir pela primeira vez uma solução, local ou coisa.	6	14	54	146	279	4,36	0,87	,761	Descoberta
Explorar ou investigar um local, possibilidade tecnológica, puzzle ou situação	3	10	40	176	270	4,40	0,77	,594	Exploração
Criar algo ou exprimir-se de forma criativa.	24	53	108	166	141	3,71	1,14	1,292	Expressão
Participar numa experiência de fazer-de-conta envolvendo narrativas, personagens ou universos imaginários.	47	81	113	132	123	3,41	1,28	1,636	Fantasia
Experimentar amizade, camaradagem, sentido de comunidade ou intimidade.	8	25	66	158	242	4,20	0,96	,922	Comaradagem
Ter a experiência de tomar conta de algo, acarinhar ou zelar por.	25	57	134	173	103	3,55	1,10	1,205	Zelo
Experimentar relaxamento, calma e alívio de stress durante o jogo.	11	14	62	192	219	4,19	0,92	,840	Relaxe
Poder condicionar e ou exercer poder sobre os outros.	252	145	48	22	23	1,81	1,09	1,182	Perversidade
Exercitar os sentidos retirando daí estímulo.	9	18	93	212	158	4,00	0,91	,826	Sinestesia
Desempenhar papéis e ou exercer responsabilidades que normalmente não tem fora do geocaching.	131	101	111	85	55	2,65	1,34	1,808	Imitação
Poder quebrar os papéis sociais, regras e normas habituais.	128	108	104	85	65	2,70	1,37	1,881	Subversão
Sentir frustração, raiva, aborrecimento ou desapontamento.	294	105	51	18	15	1,66	1,02	1,032	Sofrimento
Experimentar a partilha de sentimentos e emoções.	27	48	96	209	111	3,67	1,10	1,201	Simpatia
Experimentar excitação derivada de um perigo real ou imaginário.	61	70	114	161	83	3,28	1,26	1,577	Excitação

## 9.2 IMPORTÂNCIA DOS “ARTEFACTOS”. PÓDIO UNIVERSAL E REPRODUÇÃO MORAL

“Como características materiais dos contextos da vida quotidiana, as estruturas sociais e o conhecimento partilhado não constituem um pano de fundo inerte para a construção cultural e as tecnologias que permitem fazer deles sentido (...) os processos de criação de cultura estão radicalmente imbuídos em e dependentes dos recursos materiais e das molduras culturais disponíveis no mundo em que as pessoas vivem”.  
Caronia e Katz (2010, p. 20)

No geocaching a produção, permuta e ostentação de “artefactos” - seja, de objectos usados para comunicar (Ronchi, 2008, p. 241) tendencialmente embutidos de formas específicas de poder e autoridade (Winner, 2009) – está presente a múltiplos níveis.

No plano da existência física/material:

- Através de “**contentores**” como recipientes efectivamente presentes no terreno que devem ser encontrados. Como regra eles apresentam-se dissimulados segundo regras variáveis de criatividade e dimensão podendo ir desde um simples *tupperware* de cozinha escondido por detrás de um arbusto a formas mais complexas, perfeitamente integradas no ambiente (como por exemplo um pedaço de tronco de madeira oco ou um micro *logbook* oculto no reverso magnético de um aparente anúncio afixado, entre outros anúncios, num *placard* público).
- Na existência de objectos móveis (ditos *trackables*, na medida em que têm associada uma chapa metálica que permite a sua identificação e mediante o conhecimento do respectivo código o registo em linha no sítio do geocaching.com, permitindo “seguir” o seu paradeiro), repartindo-se em dois tipos eminentes:
  - *Geocoins*
  - *TravelBugs*

No plano da existência virtual/imaterial:

- Na forma de *badges* de reconhecimento, gerados seja pelo sítio oficial seja por múltiplos sítios satélite e cujo conteúdo típico tem como denominador comum atribuir uma distinção em função do volume de feitos numa dada categoria ou numa dada área geográfica, gerando dinamicamente um gráfico que o geocacher pode subsequentemente incorporar no seu perfil e colocar em plataformas em linha, mediante inserção no HTML.

Cada um destes elementos-tipo desempenha funções e obedece a dinâmicas próprias que merecem ser analisadas individualmente.

### 9.2.1 GEOBRICOLAGE COMO EXERCÍCIO DE APROPRIAÇÃO E EXPRESSÃO (CONTENTORES)

De forma consistente com a análise que temos vindo a empreender, a temática dos contentores deve ser compreendida num duplo ângulo: do papel que desempenham na experiência de quem os procura (consumo) e da importância que assumem como veículos de expressão para quem os elabora (produção).

Na óptica do consumo, os contentores são parte essencial da experiência da redescoberta dos lugares e do processo de “olhar o familiar com outros olhos”, o qual é função não só da própria narrativa que enforma a deslocação como da experiência corpórea de imersão no lugar e do processo de “busca” que a anima. O facto de eles se apresentarem disfarçados força o jogador a exercer uma especial atenção sobre o ambiente, escrutinando os seus detalhes e prestando uma atenção ao pormenor que normalmente não teria.

Neste processo o geocacher é frequentemente forçado a abrir o seu próprio caminho, por vezes de forma literal, sendo um dos paradigmas de valia no imaginário do jogo a demonstração masculinizante e “viril” (e não por acaso um dos elementos menos apelativo e mais detractores do género feminino) da capacidade de seguir o caminho mais curto, em linha recta, entre dois pontos.

A prática gera, por conseguinte, um empoderamento da capacidade pessoal através do desenvolvimento de competências e capacidades, inclusive motoras, que incrementam o sentido de autodomínio sobre as circunstâncias, enfatizando o carácter activo do corpo e o sentido de acção do homem sobre o meio.

A ocultação dos contentores integra esta dinâmica, compelindo ao uso do olhar e do tacto, garantem o envolvimento sensorial do jogador e associam este à devolução de uma impressão de triunfo e gratificação.

Assim, na óptica da produção, o “círculo mágico do jogo” de Huizinga perde circunscrição material na medida em que qualquer local, inclusive o mais concorrido, pode ser um local de geocaching, tudo dependendo da capacidade do *owner* em conseguir arranjar uma solução compatível.

Os contentores permitem ainda reclamar o lugar e simbolicamente dele tomar posse, “conquistando-o” para o *hobby* e para o círculo imagético de influência de quem o depõe. A função “I Am the Mayor of the House” do FourSquare é aqui transmutada, em particular nos *Power Trails*, em algo como “I am the Mayor of Mata da Machada”.

Como formas elaboradas de dissimulação e arte, os recipientes constituem igualmente uma forma de expressão criativa, permitindo ao *homo ludens* reconciliar-se com *homo faber*, num protoresquício da busca da auto-suficiência.

É o domínio da assim chamada *geobricolage* que confere ao *hobby* uma componente artesanal que por vezes entra em conflito com a “ética do lugar”, sendo apercebida como desvio e forma de lhe atribuir uma importância artificial que ele não merece. Assim, se podem entender as perspectivas conflitantes de geocachers que se reproduzem:

O crescimento exponencial tem o seu lado positivo. Na falta da disponibilidade de alguns locais já ocupados por caches temáticas por exemplo, a distinção começou a ser feita pela originalidade do *container*. Actualmente temos caches muito boas que se diferenciam não pelo local que dão a conhecer, mas pela excelência do *container*. Digamos que a mais-valia da cache passou a ser o *container* “trabalhado” ou até

pelo enredo do *listing*, mais visível nas Letterbox hybrid. (SP, GM 12)

Quem me conhece sabe que sou defensor do geocaching de Local, não do geocaching de local ou de Container. Para mim, *containers* elaborados e trabalhados, que têm luzinhas, fechaduras tipo cofre de banco ou quebra-cabeças para os abrir, ou trabalhados como se de obras de arte se tratassem não são Geocaching, mas sim Geobricolage, outra coisa diferente. (CC, GM 14)

Se as “coisas” constituem “entidades performativas que definem um contexto como um certo tipo de contexto, criam um estado de ser que simplesmente não estava lá antes, moldam as actividades em curso e criam as premissas para a acção subsequente” (Caronia & Katz, 2010, p. 19), como peças de jogo, os contentores fazem parte de um sistema-protótipo de guiões de eventos, acções e actores sociais que consentem a construção do modelo cultural e de significado partilhados pelo grupo de geocachers, definindo o espectro das acções possíveis e daquilo que pode fazer parte do jogo locativo.

A cultura deste constrói e é construída pelos seus artefactos através da forma como os seus actores, obreiros e pesquisadores, interagem. Assim, se as tecnologias da comunicação são instrumentos indispensáveis para que estes se mantenham em contacto permanente e para que a informação possa fluir, os contentores constituem a face consubstanciada e material dessa prática. Se se quiser, a interface pretextual do espaço *híbrido* constituído pelo jogo, o ponto de contacto e a âncora entre o universo textual das práticas comunicacionais e a efectiva experiência e apropriação dos lugares.

**Figura 9.2 – Exemplos de geobricolage**



Fotos respigadas de: <https://pt.pinterest.com/pcousins13/cool-geocache-containers/>

### **Quadro 9.3 – Funções e propriedades do contentor. Síntese.**

- Reclamação simbólica de posse do lugar para o jogo e para o *owner* (que assim se associa às suas qualidades).
- Instrumento de domínio permitindo o controlo e condicionamento (numa relação vagamente sado-masoquista em que a possibilidade de fazer a vida difícil, de onerar o tempo e a paciência do outro encontra do lado deste último satisfação na submissão, análoga ao fenómeno descrito por Boltanski (1999, pp. 65 e seg-s), do ponto de vista do espectador, como “piedade sádica”).
- Forma de “artesanato” e expressão de criatividade.
- Âncora de atenção, convite ao envolvimento corporal e sensorio.
- Permitem o desenvolvimento de uma relação inter-objectiva, mormente ao serem integrados em projectos em que se estabelecem relações entre caches e dentro da própria cache (multi-cache ou cache em múltiplas etapas).
- Sugerem possibilidades de acção (mormente pela edificação de itinerários em função de categorias e qualidades específicas).
- Constituem limites à acção (podem consumir mais tempo do que o esperado, a sua colocação obriga a determinados cuidados e força e limita a conduta do jogador...).
- Constituem formas de fomentar a confiança entre participantes.

- Como extensões emuladoras da presença física de quem as coloca (espécie de substituição por delegação do encontro face-a-face) e na medida em que constituem “ofertas”/donativos (Mauss, 2002; Torche & Valenzuela, 2011) sugerem uma “aliança” entre desconhecidos e geram uma expectativa de reciprocidade.
- Ao mesmo, integram-se numa economia de trocas simbólicas em que jamais existam dádivas rigorosamente “desinteressadas” (Bourdieu, 2000, p. 194) subordinando-se à lógica de acumulação de capital simbólico, mormente através do granjeamento de reconhecimento, a par e passo com a “honra”.

### 9.2.2 ATRACÇÃO DOS *TRACKABLES*

Na lógica do *Apparatgeist* (Caronia & Katz, 2010; Katz, 2003, p. 15 e seg.s; Katz & Aakhus, 2002b, p. 301 e seg.s)<sup>172</sup> o papel dos *trackables*, distinguindo-se por serem por definição e função artefactos móveis, tem que ser igualmente compreendido e explicado em dois patamares: no plano **raciocínio manifesto** e no plano do **raciocínio latente**. Seja das suas qualidades atractivas enquanto “fichas” de jogo seja do potencial papel social que desempenham.

Se nos termos de Harvey (*cf.*, acima, p.160) os contentores funcionam sobretudo como instrumentos materiais de apropriação, uso e produção do espaço, no caso dos *trackables* eles são eminentemente instrumentos de acessibilidade-distanciação e de domínio-controlo.

No tocante à primeira função eles distinguem-se por admitirem dois tipos de gratificação – associadas cada uma a um tipo de mobilidade implícita: física e virtual - que precisam de ser separados pois desempenham distintas funções. Para o *owner* que os adquire, apadrinha e “solta” eles constituem formas de auto-gratificação (papel eminente das *geocoins*) bem como instrumentos de deslocação virtual, um meio para vencer a distância e um instrumento de sociabilidade que convida ao contacto e à interpelação do estranho (papel eminente dos *travel bugs*). Simultaneamente, para quem os consome ambas as categorias de *trackable* fornecem pretextos adicionais para a prossecução de rotas e mais do que isso, em função de interesses “coleccionistas” particulares, através do registo virtual, geram formas de consumo e diferenciação pela acumulação. É sobretudo ao nível destas últimas que a dimensão de domínio-controlo se manifesta.

Para que melhor se perceba, é, no entanto, necessário indagar em maior detalhe sobre cada uma das categorias.

#### 9.2.2.1 GEOCOINS

Compreender o raciocínio manifesto por detrás das *geocoins* é compreender a história da sua razão de ser na mente dos seus criadores; entender “os atributos específicos procurados no processo de

---

<sup>172</sup> Para uma apreciação rábida do real interesse deste neologismo veja-se Holmes (2005, p. 185). A ideia de que as tecnologias móveis têm uma lógica própria que condiciona as opções que as pessoas fazem relativamente ao seu ambiente recai definitivamente no campo do “determinismo”, não obstante ela encontra o seu sentido no quadro específico das práticas que aqui analisamos, sobretudo porque nelas existe uma relação simbiótica entre a comunicação e a efectiva deslocação e inscrição material. Como esforço de interpor uma ponte entre a Teoria dos Usos e Gratificação, a Teoria das *Affordances*, as preocupações da Etnometodologia que enfatizam como as pessoas criam os seus universos social e cultural através das suas acções e interacções e finalmente as preocupações mais radicais da Teoria Actor Rede quanto à necessidade de superar a clivagem entre “positivismo” e “sociologismo” reperspectivando os sujeitos como objectos *actuates*, o *Apparatgeist* encontra o seu sentido, apresentando-se mais recentemente numa versão ponderada em que tenta escapar ao ferrete determinista, por exemplo na introdução escrita a duas mãos para a edição especial da revista italiana *Encyclopaideia* (Caronia & Katz, 2010).

desenho e que os potenciais utilizadores podem desejar” (Katz & Aakhus, 2002b, p. 311).

Conforme narrada pelo criador do conceito (vede excerto infra), a história das geocoins é especialmente significativa. O pretexto manifesto da camaradagem revela igualmente estarmos perante a reprodução latente de uma ordem moral particular: a da confiança e solidariedade em contexto militar, tendo como modelo as “challenge coins” do exército norte-americano.

Eu estava a aproximar-me do meu found número 100 (ano de 2001) quando teve lugar o primeiro evento no meu estado natal de Washington. Enquanto visitava o evento, mencionei que estava a tentar desenvolver um item especial e único, que servisse de assinatura pessoal, a tempo da *milestone*. Um dos outros geocachers presentes, Silver, era um veterano militar e falou-me das Challenge Coins, que eram moedas de metal cunhadas para as unidades militares e usadas como forma de recompensa e camaradagem. Fiquei com a ideia na cabeça e pesquisei sobre a ideia de fazer moedas específicas para o geocaching... (J.S., GM 4)

O exemplo persistiu e converteu-se num modelo de associação entre a marcação de um evento emblemático (temporal ou de objectivos) e a “camaradagem”, a última das quais, seis anos volvidos, esteve presente criação da primeira *geocoin* portuguesa: “The Lunchtime Gang Geocoin”, assim designada em função do nome adoptado por um par de geocachers que regularmente exerciam o *hobby* durante as pausas para almoço e durante as suas deslocações profissionais habituais, no domínio da Geologia e da regulação da exploração dos recursos minerais.

Eu sempre gozei com o Paulo que o boneco mais bonito era eu, mas optámos por bonecos nada parecidos connosco para simbolizar as duas personagens. Os bonecos foram retirados da *clipart* da Corel e ligeiramente alterados. O significado da moeda foi simplesmente para ser a primeira em Portugal. Tenho imenso orgulho naquilo que o Lunchtime Gang fez e significou (talvez ainda signifique) nos parâmetros do Geocaching nacional. Não fomos à lua, mas estivemos lá perto com certeza. (DO, GM 2)

A possibilidade de poder cunhar e figurar em moeda própria é atraente e o “regime moral” reproduzido é indirectamente o do modelo de competição capitalista (*cf.* acima. p.137), edificando um universo de possibilidades em que as “medalhas” deixam de ser escassas e em que cada qual pode ascender ao pódio, conquanto não desdenhe investir nisso algum dinheiro.

**Figura 9.3 - Exemplos de geocoins**



Legenda: Como objectos de arte espontânea as *geocoins* começaram por assumir *designs* entre o *folk* e o *naïf* (nos casos expostos, correspondentes aos primeiros exemplares nacionais) em que os participantes aproveitaram para afirmar a sua identidade seja individual seja colectiva, no contexto global do jogo. Subsequentemente tornaram-se numa indústria, assumindo uma forma estética mais profissional – *cf.* <http://geocoinstore.com>

### 9.2.2.2 TRAVEL BUGS

Para quem os coloca, os *travel bugs* são uma forma de viagem virtual pois o acto é secundado pelo acompanhamento mediado das suas deslocações (devendo ser definido para cada um objectivo explícito – veja-se o exemplo reproduzido infra) frequentemente associado à prática de solicitar a colocação de fotografias. O artefacto é assim projectivo. Ao definir-lhe determinados objectivos de



viagem o seu *owner* de certa forma antropomorfiza-o, transferindo para ele os seus interesses e desejos.

A boneca Flora adora flores, a sua missão é visitar caches situadas em jardins, parques ou no campo. E como é vaidosa, adora aparecer em fotografias. Por favor não a levem para fora da Europa!

<http://coord.info/TBPGDM>

Os *travelbugs* podem ainda ser vistos como peças de arte idênticas à bijuteria, sendo funcionalmente decalcados do seu modelo. Pela integração de um “ornamento” (o *travel bug*) e de uma “matrícula”, normalmente através de uma cadeia metálica, muitos quase poderiam ser usados como colar ou pulseira. São assim uma espécie de “moda” do geocaching - cf. Scott Campbell em Katz (2008 e seg.s); de ornamentos que o actor transporta entre geocaches, em que se revê e que lhe recordam a sua integração no jogo, mesmo quando não está a jogar.

Finalmente, os *trackables* são uma forma de propriedade privada móvel e o seu sucesso pressupõe e depende da existência de confiança mútua entre os participantes, mas também a fomenta. Eles desempenham um papel relevante como exponenciadores da reciprocidade e da cooperação, lançando uma “sombra” sobre as expectativas de interações futuras em que os actores sabem que o zelo que demonstrem ou falhem em demonstrar hoje no cuidado do *trackable* alheio aumenta ou diminui respectivamente a possibilidade de um *trackable* seu vir a sofrer idêntico tratamento.

26,7% dos respondentes ao nosso questionário admitem assim que os *travelbugs* constituem uma faceta essencial do jogo, e  $\frac{3}{4}$  admitem em todo o caso ver neles um elemento de peso (Quadro 9.4).

#### Quadro 9.4 - Importância atribuída aos *trackables*

	Freq.	%	% válida	% cumulativa
Para mim é uma faceta essencial do geocaching. Troco sempre que possível e chego a deslocar-me a uma cache de propósito para os recolher.	131	25,5	26,7	26,7
É um aspecto do jogo como outros. Quando se coloca a oportunidade aproveito sempre para fazer mais um <i>found</i> .	221	43,1	45,1	71,8
É um aspecto do jogo como outros. Quando se coloca a oportunidade aproveito mas apenas quando acho o objecto ou a sua missão me interessam.	108	21,1	22,0	93,9
Não vejo o interesse. Nunca ou muito raramente troco <i>travelbugs</i> e ou <i>geocoins</i> .	30	5,8	6,1	100,0
Total	490	95,5	100,0	
Omisso	23	4,5		
Total	513	100,0		

Figura 9.4 – Exemplos de *travel bugs*



Legenda: Quatro exemplos de *travel bugs* reflectindo estratégias particulares: desde o *travel bug alter ego* (Homer Simpson) ao *travel-bug-colar* como bijuteria pronta a usar, à celebração do *open source* e das plataformas e software colaborativos (pinguim), à cultura norte-americana das milícias e das armas (bala).

#### Quadro 9.5 - Funções e propriedades do *trackable*. Síntese.

- Permitem a viagem virtual do *owner*
- Constituem uma forma de alter-ego
- Veículo de sociabilidade (potenciam e convidam ao contacto com estranhos)

- Permitem a auto-gratificação, reproduzindo a ordem moral competitiva do capitalismo (*geocoins*)
- Sugerem possibilidades de acção
- Permitem formas de coleccionismo e acumulação
- Fomentam a confiança e a cooperação entre actores
- Permitem gerar sinergias entre os participantes na rede

### 9.2.3 DEFINIÇÃO DE OBJECTIVOS E MARCAÇÃO DE ESTATUTO (*BADGES*)

Se os contentores são artefactos fixos num dado lugar e se os *trackables* se definem pela permanente mobilidade, os *badges* distinguem-se por ser objectos que existem no plano exclusivamente virtual e como tal o seu valor é inteiramente extrínseco/convencional.

Nos estudos da computação mediada por computador a forma típica de deles fazer sentido passa pela incorporação da perspectiva da Psicologia Social (Antin & Churchill, 2011) para quem as suas funções eminentes são:

- Estabelecimento de metas e objectivos
- Instrução (como sistema classificatório das actividades possíveis)
- Reputação (estabelecimento de)
- Afirmação e estatuto (instrumento na luta por)
- Identificação grupal (enfatizando uma gramática de práticas comuns)

No geocaching, os *badges* virtuais permitem definir objectivos de deslocação reais. Por exemplo, nas citações seguintes, um par de geocachers enuncia a importância que o *badge* “Concelhos” (estabelece como “meta” visitar todos os concelhos do país) para si tem; imediatamente a seguir, o responsável pela sua programação explica o raciocínio manifesto que o animou; e em último lugar, uma geocacher admite a importância da sua acumulação como factor de motivação:

Trata-se realmente de um desafio simbólico, mas depois de tantos anos a procurar caches é mais uma forma de irmos mantendo a motivação, e ao mesmo tempo cumprindo o objectivo de conhecer novos locais. Foi uma “descoberta” recente, uma vez que só no ano passado começámos a dar atenção a esta *badge*, mas a partir daí tem sido nosso objectivo, ir pintando o mapa dos concelhos. No fundo o objectivo não é novo, apenas a escala é que mudou; recordamos com satisfação quando completámos o mapa dos distritos. Quem sabe se um dia não passamos a estar atentos às Freguesias. (T&L, GM 7)

Os *Badges* depois da massificação de caches a nível nacional vieram permitir aos geocachers ter objectivos temáticos ou de áreas que são concretizáveis. (T.H., GM 13)

O geocaching, em mim, passou por vários estádios. Ao princípio, adorava ver os números a subir. Mas era mais a descoberta dos TBs e das *geocoins* que me movia (T.S., GM 8)

Esta função do estabelecimento de metas encontra-se igualmente nos projectos que visam a colocação de uma série de caches subordinadas a um tema comum, válidas individualmente, mas que ao mesmo tempo permitem progressivamente reunir elementos (informação) que como corolário tornam possível o acesso a uma cache final, emblemática. É por exemplo o caso da série “Lusitani”:

Esta é uma cache múltipla dedicada a todo o Portugal. Para a completar terá que percorrer todas as 30 regiões estatísticas (NUTS III) portuguesas, procurando as 30 caches deste projecto que existem em todas elas. Ao encontrar cada uma das caches deste projecto terá uma informação adicional incluída na própria cache. Juntando todas as informações irá obter as coordenadas finais desta cache (Da descrição da série “Lusitani”, in <http://coord.info/GC1CYMH>.)

Deu-nos bastante prazer completar esta série, uma proeza que nos levou mais de cinco anos a realizar. Encontrámos as primeiras caches pouco depois de serem publicadas, em 2008, mas lembramo-nos perfeitamente de termos pensado que dificilmente iríamos completar a série. No entanto, pela via das dúvidas fomos incluindo as caches Lusitani nos passeios que fomos dando (TL, GM07)

No contexto do jogo eles actuam como elementos de cooperação, mas também de competição. Como manifestação de cumplicidade de propósitos com os demais participantes e como marcadores

visíveis de posição, estabelecendo a reputação e a credibilidade social dos participantes (Borges, Durelli, Reis, *et al.*, 2014). Numa perspectiva sociológica devemos admitir que o que eles têm de maior interesse é precisamente aquilo que traduzem das dinâmicas de poder e de autoridade.

Reconhecendo a sua utilidade como instrumentos de *marketing*, a atribuição de *badges* faz parte do *kit* de truques e ferramentas recomendados a quem pretenda usar as plataformas locativas para salientar dada marca, serviço ou produto (Hussey, 2011, p. 53 e seg.s; Salt, 2011, p. 67 e seg.s), como forma módica mas funcional de recompensa inerente à lógica dos jogos e às expectativas de que quem joga e presume que a vitória lhe trará alguma espécie de ganho.

No geocaching, em concreto, o que está em causa é por um lado a gratificação do jogador pelo esforço (perante si próprio) e por outro a promoção que através deles se faz perante os outros, reclamando “consideração” em função de um capital acumulado de “feitos”.

Os troféus virtuais funcionam assim directa ou indirectamente como instrumentos de marketing pessoal e **no jogo locativo que é o geocaching os *badges* definem *ranks* de mobilidade.**

A propósito desta, no esteio de Lefebvre, Cresswell (2006) admite que tal como o espaço ela é um produto social. Mais do que isso, a mobilidade é um bem e uma necessidade (Kellerman, 2006, p. 30) passível de ser “comprada” seja na forma física (adquirindo um automóvel, um bilhete de avião) seja na forma virtual (adquirindo uma assinatura de telemóvel com acesso a Internet, um *bouquet* de serviços para o acesso doméstico etc...). E como “bem” é inerentemente algo passível de ser “conspicuamente” (Veblen, 2007) consumido e exibido.

Tal como as *geocoins* decalcam as medalhas militares, os *badges* decalcam os “galões” ou insígnias e têm implícita a criação de uma hierarquia. **A ostentação de determinado número de *badges* define a “patente” do geocacher** dentro da respectiva ordem de práticas e valores

O decalque inconsciente da lógica e do regime moral das instituições sociais alargadas e das forças armadas em particular tem, no entanto, um reverso cujo é uma paradoxal dissolução da individualidade pois ao adoptar a aquisição de *galões* como elemento norteador da conduta, a intencionalidade do sujeito confunde-se com a intencionalidade de quem decide que insígnias são atribuíveis e ainda que estas sejam abundantes quanto baste a primeira submete-se à segunda.

O requisito funcional da actividade militar cujo *númeno* contraria o mais básico instinto do organismo individual – a sobrevivência – implica a necessidade de elidir estrategicamente o individuo dissolvendo-o no espírito do corpo institucional, que requer uma solidariedade orgânica incondicional sem o em situação de combate se desagregaria.

Esta persuasão tem uma parte de estratégia racional e outra de estratégia emocional. *Ultima ratio*, é necessário persuadir os combatentes que as respectivas probabilidades de sobrevivência aumentam em função da coesão em instantes operacionais. Por outro lado, é necessário dotá-los de valores passíveis de justificar o exercício da violência e a possibilidade do sacrifício pessoal. A atribuição de medalhas filia-se na segunda, compensa a dissolução consentida no todo orgânico com a satisfação do reconhecimento individual.

Nos encontros focados Turner (2010c, p. 60) sugere igualmente que o pontilhamento de

adereços (*props*) no espaço social aumenta em razão da divisão hierárquica do trabalho e da autoridade. Assim, “ainda que os adereços sejam frequentemente instrumentais e permitam que as tarefas sejam completadas, eles são quase sempre marcadores simbólicos que assinalam a saliência da cultura relevante (meios simbólicos generalizados, ideologias e normas) e o lugar dos indivíduos não apenas no espaço, mas como incumbentes no posicionamento dentro de unidades corporativas e, por vezes, como membros de unidades categóricas”.

Na comunicação virtual eles tornam as características individuais mais salientes. Sendo opostos nos “perfis” e como “assinatura” apenas às intervenções, determinam o fluxo da interacção e o posicionamento dos actores. São, em suma, “pistas acrescidas” que uns deixam e os outros digerem, sugestões de hipóteses perceptivas.

Quadro 9.6 - Funções e características dos *badges*. Síntese

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabelecimento de metas e objectivos</li> <li>• Instrução (sugerem o comportamento possível e desejável)</li> <li>• Identificação Grupal</li> <li>• Hierarquização (estabelecimento de ranks, funcionando como “galões”)</li> <li>• Gratificação pessoal</li> <li>• Marcador de Estatuto</li> <li>• Determinam o posicionamento dos actores na interacção enquanto pistas acrescidas</li> </ul>
---

Figura 9.5 – Exemplo (parcial) de *badges* exibidos num perfil de geocacher



Fonte: <http://www.geocaching.com/profile/default.aspx?guid=97ae4b4d-ebde-459a-8d6c-88f53da449f2>

### 9.3 A LÓGICA DOS NÚMEROS E A “COMPETIÇÃO”. DO COLECCIONISMO AO ACUMULACIONISMO

Demo-nos conta de como os utilizadores de jogos locativos evidenciam uma propensão acima da média para o coleccionismo, associando-o ao consumo virtual dos lugares como forma de auto-completude simbólica (*cf.* p. LXXIII). Na parte anterior vimos igualmente como os artefactos estão omnipresentes no geocaching, como marcadores qualitativos, mas também quantitativos, em que possuir mais é perceptivelmente melhor. Como “processo de adquirir e possuir de forma activa, selectiva e apaixonada coisas fora do seu valor de uso normal e apercebidas como sendo parte de um conjunto de objectos e experiências não idênticas” (Belk, 1995, p. 65) o coleccionismo integra a prática na medida em que se admite recolher de forma sistemática não só a presença em dadas categorias de lugares como objectos materiais e imateriais. Veja-se ainda o caso do *waymarking*:

Já anteriormente referi a natureza “viciante” do *waymarking*. Isto porque para a maioria dos praticantes tem uma **forte componente de coleccionismo**, de completar a caderneta e/ou de obter aquele cromo mais

raro. Estou claro a falar das categorias este conceito do *waymarking* que tem como objectivo etiquetar o que se quer mostrar. (JS, GM 7)

Numa análise mais fina, torna-se, por conseguinte, necessário compreender esta propensão em duas ordens de motivação distintas: 1) quando os objectos têm qualidades tangíveis (seja porque conhecem existência material seja porque as suas propriedades derivam e se constituem como consequência de dados feitos) e 2) quando os objectos coleccionados surgem desgarrados de qualquer nexu empírico, em que tanto a sua existência como a sua reclamação de posse são actos totalmente virtualizados.

Entre a primeira ordem de motivação contam-se as *geocoins*. O seu apelo como objecto de colecção é relativamente fácil de compreender, constituindo uma forma de numismática, como prática intuitiva e resquício de um tempo não muito longínquo em que nem os bancos nem o papel-moeda faziam parte do quotidiano e as moedas constituíam a forma natural de aforro, sendo a sua “colecção” sinónimo de uma “poupança” em que se dava preferência ao espécimenes melhor conservados ou de maior valia estética (Cross, 2004b, p. 190).

A posse de *badges*, e *trackables* por seu turno serve à partida o propósito da progressão do *Self* dentro do grupo, retendo afiliação e integração (Winget & Aspray, 2011, p. 27 e seg.s), na medida em que correspondem a colecções de feitos tangíveis, como marcadores de experiência e progresso.

No tocante à segunda ordem de motivação, como entender, porém, a colecção puramente virtual de itens? Sobretudo quando, como é o caso dos *trackables*, esta compulsão surge desgarrada de qualquer prática material e do significado manifesto dos objectos? Quando os utilizadores empreendem de forma obsessiva registos correspondentes a artefactos que efectivamente não lhes passaram pelas mãos?

É sabido que enquanto *dandy de dados* (Lovink, 1997), o utilizador das tecnologias digitais se compraz em exhibir as suas colecções privadas, por vezes manifestamente irrelevantes e que **no espaço informativo que é a Internet, a apresentação de cada um depende menos da forma como se veste do que dos repositórios de informação de que se reveste.**

O impulso colecionista é determinado menos pelo valor real do que pelo valor atribuído em que mais do que outra coisa se possui a ideia e o valor de uso é irrelevante perante o valor representacional o qual depende do próprio apenas na medida da ideia que ele faz do valor que os outros lhe atribuem. Ou seja, embora o coleccionismo seja um acto solitário o coleccionador não é indiferente ao meio. Coleccionar é uma forma de distinção social tendencialmente misógina – sendo tipicamente o coleccionador visto como alguém que se refugia no mundo do objectos em detrimento do mundo das pessoas - que porém se abre ao outro de duas maneiras: através da possibilidade de empreender trocas com outros coleccionadores que tais à distância (portanto, uma forma de eclectismo que retira satisfação do sentido cosmopolita que integra o coleccionador numa ordem “internacional” de coleccionadores que tais) e obviamente através da possibilidade de obter um sentimento de diferenciação (faz parte da lógica da “colecção” que esta seja única, tentando se possível incluir elementos exclusivos)<sup>173</sup>.

<sup>173</sup> Mais recentemente, Boltanski e Esquerre (2014, 2016) acrescentam um elemento à compreensão do coleccionismo posicionando-o como reacção à indiferenciação do consumo. Nesta medida, tendo presente que frequentemente os objectos coleccionados são objectos “antigos”, a sua valorização pode ainda ser vista como parte de uma cultura da nostalgia em que, através dos relicários da *memorabilia*, se tenta preservar um sentido de

A possibilidade do coleccionismo estritamente virtual é por conseguinte bastante mais elástica (nem a aquisição nem o armazenamento e manutenção dos objectos implicam custos) e nessa medida a possibilidade do exercício de recolha se tornar numa mera forma de “**acumulacionismo**” é igualmente tentadora e maior, pois coleccionar pressupõe um exercício de curadoria sobre aquilo que se reúne mais do que o seu número. Quando o móbil é o volume pelo volume, quando não se exerce critério sobre aquilo que se acumula, estamos perante formas obsessivas-compulsivas de consumo em que porventura os “desejos dos objectos podem ser estimulados por um desejo subjacente pelo estado do desejo insatisfeito ele próprio.”(Cross, 2004b, p. 194.).

No tocante às colecções tradicionais, tipicamente coleccionar é converter a actividade de recolha num acto de produção ao invés de num acto de consumo, revestindo o exercício de qualidades museológicas socialmente reconhecidas, constituindo como tal uma forma de lazer sério. Porém tal não pode à partida ser o caso dos artefactos virtuais. Na medida em que eles não são “exclusivos”, quando qualquer artefacto está disponível a qualquer individuo, dependendo exclusivamente do acto da sua reclamação, a diferenciação tende a fazer-se pelo puro volume. É uma colecção não de feitos, mas do puro acto manifesto da vontade de acumulação.

Confrontando a realidade, tentámos obter um indicador que permitisse fornecer uma ideia aproximada do peso efectivo que as propensões colecionista e acumulacionista têm na prática da população geocacher. Para tal usámos os dados disponíveis para a totalidade da população, consoante se apresentava em Agosto de 2015.

Assim, como possível **medida de atracção pela possibilidade de coleccionar artefactos** considerou-se a razão entre as caches encontradas e o número de artefactos registados como “descobertos”.

Para o cálculo consideraram-se apenas geocachers com 100 ou mais *finds* registados (N=10834). Conquanto este valor seja arbitrário, tal exercício de redução é necessário na medida em que:

- A distribuição dos *trackables* pelas geocaches não é uniforme e está em permanente mudança. É impossível calcular a probabilidade de um geocacher contactar com que número de *trackables* em qualquer altura do seu percurso sabendo-se, porém que geocachers com menos caches feitas (menor amostra do universo destas) têm igualmente probabilidades maiores (por ex. consoante a zona do país em que se iniciaram na prática) de ter contacto com menos ou nenhuns artefactos.
- Geocachers com muito poucas caches feitas são neófitos e em muitos casos podem inclusive ainda não ter chegado a entender o significado e o procedimento a adoptar perante os *trackables*.

O indicador obtido (*finds* por *trackable*) dá-nos o número médio de caches feitas por *trackable* descoberto. Desta forma sabe-se que para a média da população é necessário encontrar 43,36 geocaches para logar um *trackable*. Sabe-se, mais ainda, que repartindo a totalidade da população em duas metades

---

veracidade e de autenticidade mediante o discurso mitificador dos “bons velhos tempos”, em que as coisas “eram feitas à mão” e “para durar”, por contraste com o reino impessoal da *estandardização* e da produção massificada. Algo capturado em língua inglesa pela recorrência do uso da expressão “back in the day”, com a qual os telespectadores de séries bem-sucedidas como “Pawn Stars” ou “American Restoration” (uma de uma miríade que tais versando o universo do coleccionismo e a demonstração do valor das “antiguidades”) estão familiarizados. Sugerem, mais ainda, que o coleccionismo é a expressão quintessencial da forma de geração de valor das contemporâneas “economias do enriquecimento” (do valor dos objectos, empolando-o) e simultaneamente uma forma de contrabalançar a cultura da obsolescência, encontrando nichos em que o valor é sustentável independentemente da sua “novidade”.

de idêntico tamanho, o valor liminar desce substancialmente para 16,6 caches feitas por cada *trackable* encontrado.

O acentuado diferencial entre média e mediana permite-nos sugerir que existe probabilidade de uma atitude de **indiferença** perante os *trackables* como elemento do jogo para os 2933 indivíduos (27%) cujo rácio está acima da média da população e em contrapartida que aproximadamente  $\frac{3}{4}$  desta manifesta em grau variável interesse pelos mesmos.

Entre este último extracto, na impossibilidade já enunciada de calcular a probabilidade de exposição aos artefactos, resta-nos prosseguir um raciocínio intuitivo a partir da curva de distribuição total, assumindo pressupostos conservadores.

Assim, presumindo como medida de **atração pelo coleccionismo** que valores inferiores à metade da mediana (8,3) traduzem uma propensão particular em que o interesse em encontrar *trackables* constitui um elemento de peso significativo obtemos um valor de 3896 indivíduos (recaindo no percentil 35, seja, correspondentes a 35% da população).

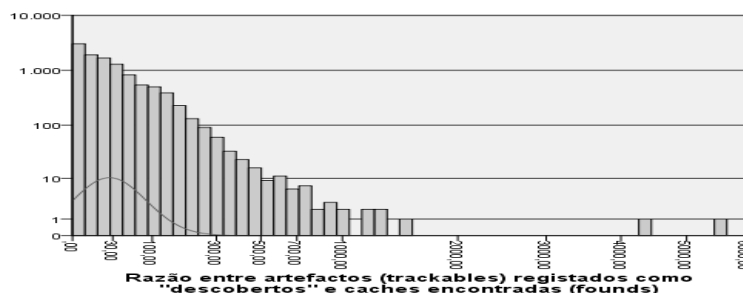
Entre estes, é ainda razoável e seguro admitir que um valor correspondente a uma razão de mais de um *trackable* registado por cada duas caches encontradas é materialmente irrealista, correspondendo a um acumular sistemático de situações em o indivíduo procedeu ao registo de *trackables* obtendo os detalhes (basicamente, a referência alfanumérica que identifica o item) que tornam este possível sem ter tido efectivamente “descoberto” o objecto, o que pode suceder em duas situações: contactou com ele por interposta pessoa, por exemplo num evento de geocaching, ou obteve a informação seja por troca “subterrânea” com outros jogadores seja eventualmente junto do *owner*.

Neste último caso, temos como **coleccionadores virtuais** 2180 indivíduos, dos quais 116 recairão mesmo potencial e tendencialmente na categoria de “**acumuladores virtuais**”, pelo critério de 1) ostentarem um número de *trackables* superior às geocaches encontradas e cumulativamente 2) terem pelo menos uma centena de *trackables* registados.

Estes potenciais acumuladores, culminando num caso limite correspondente a 14251 *trackables* dados como descobertos contra apenas 11 possuídos e 1131 caches encontradas, são por conseguintes indivíduos seduzidos pela voracidade dos números. Indivíduos que insistem em se associar indiscriminadamente a objectos de que não conhecem mais do que a fotografia. Porque é que o farão?

Perceptivelmente por duas razões possíveis:

- Porque retiram satisfação do acto do registo e do contacto que empreendem com outros geocachers tendo em vista obter os detalhes, muitas vezes um contacto internacional, com indivíduos situados noutros países. Contexto em que admissivelmente é a forma que encontram de se mostrarem presentes.
- Porque se procuram a todo o custo diferenciar num qualquer domínio. Circunstância em que, tendo porventura dificuldade em competir com os demais no plano das deslocações efectivas e dos *finds*, optam pelos registos virtuais como janela de oportunidade possível (uma vez que numa fase inicial do jogo as caches virtuais foram prontamente banidas).

**Figura 9.6 – Razão entre *trackables* registados e *caches* encontradas**

Nota: Geocachers com 100 ou mais “Founds” registados (N=10834).

#### 9.4 SECRETISMO, MASSIFICAÇÃO E EXCLUSIVIDADE. “ANTIGAMENTE O ‘LOCAL ERA TUDO’ AGORA ‘TUDO É LOCAL’”

O “secretismo”, como circunstância em que alguém tenta ocultar algo de outrem, constitui um tema e uma “técnica” central ao geocaching na forma como este, enquanto jogo, depende da “dissimulação” como condição da própria integridade física dos seus marcadores (seja, das suas geocaches), os quais se “escondem” do olhar público e da atenção inconveniente de quem, sem enquadramento, facilmente as poderia confundir, vandalizar ou mesmo colocar no lixo. Mais do que um imperativo funcional, porém, o secretismo desempenha no geocaching uma função de sociabilidade; ele aproxima os seus praticantes, fá-los comungar de íntima cumplicidade e adorna a actividade de uma aura mística e de exclusividade delineando as fronteiras que separam o universo interno do grupo e dos “iniciados” do universo externo dos excluídos e dos “danados”, seja, dos que ignoram os seus ritos e estão impossibilitados de comungar da excitação de se achar “dentro do segredo”. O não por acaso assim adjectivado por Huizinga “círculo **mágico**” do jogo é no geocaching claramente um “círculo iniciático”.

Tal como o jogador de cartas faz a sua *poker face* o geocacher compraz-se numa performance dissimulativa; em, chegado a um local, eludir os olhares indiscretos dos *muggles*<sup>174</sup> circunstantes de forma a recuperar um *container*, a registar a sua presença e a repô-lo de forma sub-reptícia, sem ser notado. O secretismo do geocaching tem assim uma dimensão mimética; **é uma encenação e uma forma de apresentação nos próprios encontros focados** em que os indivíduos se reconhecem uns aos outros procurando sinais, ora uma t-shirt com um logotipo, ora um autocolante oposto no pára-brisas ora no mínimo o indício da presença de um GPS.

É extremamente interessante a forma como é feita a abordagem aos outros geocachers quando todos estamos próximos de uma cache. Há alguma reticência inicial na abordagem pois de certa forma queremos todos nos certificar que são realmente geocachers. Já aconteceu comigo em Guimarães quando uma família se aproximou de uma cache quando estava a logar. E naquele momento afastei-me com a cache e depois de perceber que estavam a olhar para o GZ tive de me dirigir a eles e perguntar se eram geocachers. Foi uma situação engraçada pois originou um curto diálogo de experiências entre geocachers. (Respondente ao Inquérito)

Quando encontramos outros geocachers a fazer o mesmo percurso que nós, **juntamo-nos e seguimos todos juntos. Trocamos experiências, as pessoas são muito amistosas.** Em Paris este Verão juntamo-nos, eu o meu marido e as minhas três filhas, com um casal francês a fazer o percurso à volta da Torre Eiffel, **mesmo sem conseguirmos falar correctamente conseguimos comunicar uns com os outros e**

<sup>174</sup> Cooptando o termo do universo ficcional dos livros de Harry Potter, em que os *muggles* são aqueles que estão fora do “universo da magia”, em geocaching designam-se analogamente aqueles que não estão por dentro do jogo.



**fazer as caches juntos**, o mais engraçado foi numa cache, que encontramos um casal alemão que ia em sentido contrario perguntou se a cache estava nas coordenadas certas e o meu marido que só sabe português é que desenrascou com linguagem gestual. Gera-se um ambiente muito amigável. (Respondente ao Inquérito)

Secretismo e dissimulação surgem ainda por vezes associados ao próprio carácter *extra limes* do lugar e à possibilidade de se introduzir em sítios em que não se deveria estar, como por exemplo certas instalações militares, propriedades privadas ou mesmo zonas de reserva integral dos parques naturais (cf. nota 128, p.159). Locais em que se entra, se visita e em que se permanece de forma oculta.

Em termos de experiências, especificamente relacionadas com geocaching, talvez seja **de destacar uma visita meio ilegal a uma antiga estação militar Americana** (GC1QGJ0), perto de Munique, na Alemanha. Visitámos a cache na companhia que uns amigos Alemães, que foram essenciais na tradução pois a cache estava toda em Alemão. (TL, GM 7)

Em síntese, o tema do segredo e a lógica dual da ocultação-revelação encontram-se no geocaching de forma proeminente:

- Na figura do contentor escondido e dissimulado (dos *muggles*, mas também dos próprios geocachers);
- Frequentemente no convite à deambulação por zonas de acesso limitado, em que a própria presença deve permanecer encoberta por ser indesejada;
- Através da forma como os praticantes se identificam e distinguem no terreno uns aos outros, diferenciando-se e ocultando-se dos demais;
- No hábito assumido das “dicas” escondidas/criptadas nas páginas das geocaches.;
- Na prática “subterrânea” e nem sempre declarada da troca de pistas e elementos facilitadores da execução.

. De uma forma geral, a revelação indiscriminada do segredo neutraliza e inviabiliza a sua capacidade operativa e é por isso que, com a massificação da actividade e o advento exponencial de novos praticantes, o “segredo” do geocaching se tornou crescentemente difícil de manter, causando *stress* aos mecanismos da formação da confiança entre os seus membros. Constituídos numa comunidade cada vez mais alargada, ele tornou-se “público”, levando notavelmente os praticantes mais antigos a admitir por vezes com náusea que a actividade é incompatível com a massificação e que “já há gente a mais” no geocaching.

Hoje o geocaching dá para tudo, todos o fazem, todos o conhecem, todos sabem como funciona, todos o querem fazer. Não é que tenha algo contra alguém, mas preferia quando era uma actividade (muito) restrita, quando preferíamos não ter que explicar a ninguém o que era o geocaching para não nos chamarem malucos, quando eram só informáticos, amantes da natureza e dos desportos aventura a fazê-lo, quando havia respeito e todos se conheciam, quando tínhamos a certeza que qualquer cache que escolhesse-mos iria ser um momento bem passado, quando não haviam rivalidades, invejas, objectivos pessoais ridículos. (CC, GM 14)

Por vezes alguns geocachers não têm perfil de geocacher, **não têm atenção ao log, e usam contactos para fazer mais um found sem aceitar o desafio proposto pelo owner**. Também acho que hoje em dia muitos geocachers não tem cuidado com a busca da cache **dando demasiado nas vistas aos "muggles"**, e os que colocam/escondem as caches são escolhem locais com interesse. Qualquer sítio, qualquer canto de rua serve, e não desafiam os jogadores. Torna-se desmotivante. (Respondente ao Inquérito)

No questionário aplicado, os resultados (Figura 9.8) revelam assim uma tendência para um aumento da concordância com a afirmação “há demasiadas pessoas a fazer geocaching” em função directa da antiguidade na prática, sendo maior entre os praticantes mais antigos e invertendo-se comparativamente entre os que se introduziram nela a partir de 2011, ano identificado como instante de generalização, *momentum* ou de maturidade da massa crítica.

Em função, é nossa sugestão que o conflito latente do “segredo” *versus* a “massificação”,

relativamente ao carácter “aberto” *versus* o carácter “fechado”, não é apenas uma questão funcional e prática do jogo, revelando ainda algo da natureza daquilo que compele os seus praticantes como sendo tanto uma questão da dificuldade em a manter escondida como do **desconforto com a incapacidade de lhe filtrar o acesso**.

Apresentando-se as portas escancaradas, dada a índole essencialmente desregulamentada e aberta, em que qualquer um pode criar conta no geoching.com e tornar-se geocacher, esta “**popularização**” entra em conflito com a possibilidade do jogo como actividade diferenciadora e com o **sentido de “escol”** e de “exclusividade” que constituiu para os *early adopters* uma das suas características mais atraentes; a descoberta quase infantil da existência de um mundo alternativo, de uma “realidade” dentro da “realidade”.

Faz parte da dinâmica das “sociedades secretas” em geral – tome-se o exemplo da maçonaria – regular os seus membros, cooptando-os em função do especial mérito ou qualidade. **Não sendo esta regulação possível, é o próprio estatuto dos “eleitos” que é posto em questão.**

Por definição, um “segredo” constitui uma informação reservada segundo um paradoxo: ele só é conhecido por um número limitado, porém ao mesmo tempo o seu apelo e a sua eficácia residem na sua mitificação que só pode ocorrer quando não conhecendo o seu conteúdo se conhece ainda assim a sua existência (*e.g.*, “o terceiro segredo de Fátima”, o qual persistiu mais de oito décadas antes de finalmente ser revelado). No geocaching o segredo tem assim uma **dimensão interna**: as geocaches instituem individualmente “segredos” publicados e conhecidos enquanto tal, porém só plenamente revelados, caso a caso, nos seus detalhes, a quem as executa. Cada performance, cada nova “revelação”, permite ao jogador comungar do mistério e aproximar-se do círculo interior dos “iluminados”. Como “seita”, o geocaching sugere assim uma hierarquia em que **a prática continuada funciona como mantra, permitindo aperfeiçoar as técnicas de acesso à iluminação** (a competência em crescentemente dominar a paleta dos artifícios da ocultação-revelação), **aproximando os indivíduos da posição do sacerdócio**. Ao mesmo tempo, ele tem uma **dimensão externa**: define as fronteiras que delimitam e engendram o grupo como estilo de vida e expressão de criatividade particular entre as massas em rede (Maffesoli, 1996).

O segredo, em suma, define simultaneamente o estatuto dos indivíduos dentro do geocaching e a posição imaginada deste enquanto microgrupo face ao seu ambiente exterior e à demais “sociedade”.

É assim possível olhar o secretismo no geocaching de pelo menos dois ângulos sociologicamente enformados: associando-o à temática do consumo e das práticas culturais como forma de *distinção* - tal Bourdieu, - e através da interacção como forma de mentira e dissimulação - tal Simmel.

Quanto ao primeiro ângulo, na sua análise da realidade francesa das décadas de sessenta-setenta<sup>175</sup>, viu-se (*cf.* acima, p.171 e seg.s) como o sociólogo gaulês constata que os estilos de vida, como produtos sistemáticos do *habitus* que se convertem em sistemas de sinais socialmente qualificados surgem ligados a dadas homologias de prática enquanto expressões de gosto instituidoras de um sentido

---

<sup>175</sup> De facto, boa parte da análise versa sobre dados empíricos originalmente recolhidos sobre a forma de questionários em 1963 e 1967-8.

de classe diferenciador em que “no consumo cultural, a principal oposição, pelo valor global do capital, reside entre as práticas **designadas pela sua raridade como distintas**, aquelas das fracções afluentes tanto em capital económico como cultural, e as **práticas socialmente identificadas como vulgares porque são simultaneamente fáceis e comuns**, aquelas das fracções dos mais pobres em ambos estes aspectos” (Bourdieu, 1984, p. 176).

A **raridade**<sup>176</sup>, por conseguinte, define a passibilidade de uma prática constituir uma forma de distinção, em particular para as classes altas e ditas “aristocráticas”, mas hoje em dia, crescentemente, igualmente para a classe média e dita “burguesa” que acima de tudo reivindica capital cultural e vê no geocaching uma actividade com elementos “não convencionais” passível de lhe fornecer acesso a espaços de cujas propriedades de exclusividade, conhecimento e acesso procura imbuir-se.

No mesmo sentido Veblen (2007) evidenciou de forma pioneira como dentro do “consumo conspícuo/ostensivo”, as classes afluentes tendiam a engendrar locais exclusivos de frequência, como certas estâncias balneares que, uma vez advindo o turismo massificado e popularizados, as compeliram a procurar novas paragens. Pela mesma ordem de razão, no geocaching a massificação conduz parte dos primeiros adoptantes ao abandono e à busca de novos campos de prática, menos “apinhados”.

Quanto ao segundo ângulo, na sua análise do “neotribalismo” como forma coalescente de associação em microgrupos constituídos reactivamente num tempo de massificação, saturado pelo princípio da individualização e pela presença crescente da comunicação, Maffesoli<sup>177</sup>, apoiando-se em Simmel (1906), concorre com a ideia de que “**a lei do segredo**” (Maffesoli, 1996, p. 90 e seg.s) faz parte da sua dinâmica na medida em que recupera algo da função da máscara “entre outros, em integrar a pessoa na arquitectónica geral (...) ela subordina a pessoa a esta sociedade secreta que constitui o seu grupo de afinidade escolhido.” Chama ainda a atenção para a importância do “**silêncio**” como condição do segredo, sugerindo uma ligação entre o mistério, o místico e o mutismo e que, como forma social, a “sociedade secreta” permite uma forma de resistência constituída à margem, de forma secular e

---

<sup>176</sup> De forma análoga, mais recentemente, Rojek (2010, p. 16 e seg.s) define-a no quadro económico como “escassez”, atribuindo aos bens dentro do lazer um valor “posicional”, tanto maior quanto mais escassos, assumindo que “os indivíduos e os grupos procuram a distinção e utilizaram as escolhas de lazer para significar honra, privilégio e hierarquia (*rank*), competindo por eles”.

<sup>177</sup> Autor subsequentemente rodeado de alguma polémica - *cf.* por ex. Diffalah (2015). De outra forma, o pensamento de Maffesoli compreende-se melhor tendo em consideração a sua filiação intelectual (mais explícita e evidente consultando as suas obras mais antigas) na escola de Vilfredo Pareto, pensador resolutamente antimarxista cuja “teoria dos resíduos” enfatiza os determinantes psicológicos do comportamento enquanto produto de acções largamente ilógicas, marcados pela sedimentação manifesta de sentimentos, desejos e instintos, ainda que esta venha derivadamente a ser apercebida e articulada como explicações (ideo)lógicas (Aron, 1992, p. 393 e seg.s; Barata, 1991, p. 72 e seg.s; Marshall, 2007, p. 37 e seg.s). Tal permite compreender a sua sugestão de um retorno das formas comunitárias como reacção anti-individualista, “regresso a maneiras de ser arcaicas que se criam superadas, mas que, mais ou menos conscientemente, continuam permeando os imaginários e a conduta colectiva” (Maffesoli, 2005, p. 40), levantamento da *potentia* da Socialidade contra o *poder* do Social (Maffesoli, 1998, p. 79 e seg.s; 2001, p. 55 e seg.s), em que se enfatiza o espectro das emoções mormente em função dos resíduos perenes dos tipos III (“manifestação de sentimentos por actividades”, envolvendo polemicamente a “exaltação religiosa” e uma certa “admiração”, subcutânea, do autor pelas “seitas” e pelo pensamento do tipo secreto e “esotérico”) e IV (“sociabilidade”, incluindo as subclasses “sociedades particulares” e “ascetismo”, o último dos quais se introduz no geocaching na forma de práticas desagradáveis, sacrifício infligido ao corpo, porém recompensatório e ultimamente como acção desinteressada dentro do jogo, por ex. fazendo a manutenção por livre-iniciativa das geocaches alheias).

descentralizada – “às vezes **a secretividade pode ser uma forma de contacto com o outro dentro dos confins de um grupo limitado: ao mesmo tempo condiciona a atitude do grupo em relação a qualquer que seja a força externa** que possa existir” (*op. cit.*, p.92).

Ou seja, o segredo desempenha uma função de sociabilidade, aproxima os membros do grupo de forma federativa e igualitária através da confiança estabelecida entre si, expressa como se viu em rituais e sinais específicos de reconhecimento mútuo tendo como propósito fortalecer a identidade do pequeno grupo contra o ambiente social externo.

Nos termos de Maffesoli, a prática do geocaching pode, por conseguinte, ser entendida como uma forma de **neotribalismo reactivo** e prática *secretiva* que, consistentemente, nos seus termos, devem ser vistas como movidas por uma **vontade de diferenciação** e de recuperação da emotividade dos laços comunitários. É nesta medida, que a prevalência da discussão do tema da “massificação” se pode entender no geocaching: ela é contraditória com e constitui o exacto oposto do que animou o seu nascimento (a possibilidade de mimetizar uma pequena comunidade face-a-face, em que os protagonistas se conheciam e contactavam caso-a-caso).

Para Simmel, os segredos constituiriam uma forma de “propriedade interior” e de adorno que seduz a atenção como contraponto, no quadro da “tragédia da cultura”, ao facto de que “a crescente objectivação da cultura trás consigo grupos de interesses e os tipos de relações com eles associados cada vez mais limitados. Tais relações requerem cada vez menos da totalidade subjectiva do individuo (cultura individual) do que as associações nas sociedades pré-modernas” (Ritzer & Goodman, 2004, p. 177).

Ou seja, o carácter *secretivo* que permitiu aos praticantes de primeira água do geocaching constituir uma comunidade compensatória explica-se em boa parte pela especial capacidade do geocaching em edificar a **confiança** contra o anonimato do ambiente web. De certa forma, o jogo era uma prática instituidora de cumplicidade por vezes projectiva, particularmente mobilizadora e eficiente porque não se limitava à “discussão” no espaço virtual, fazendo-a intermitir com a “reificação”, seja a tradução em artefactos, experiências, deslocações, rituais e formas de coordenação rítmica concretos.

Era ao mesmo tempo um sistema pericial, em que cada qual transpôs no *hobby* os seus conhecimentos e áreas de saber particulares, aplicando-os ao confeito de narrativas e mistérios segundo temas ora históricos ora de programação informática bem como, consoante se viu, à própria construção dos contentores.

Nos termos da geometria social, **a mentira é melhor aceite perante os que nos são distantes, mas também constitui um instrumento de aplicação mais “razoável” perante os desconhecidos anónimos.** Assim, o *muggle* do geocaching é um desconhecido perante o qual não existe confiança e como tal alguém face a quem **a dissimulação é assumida não como falsidade, mas como representação.**

Já o segredo tem como mecanismo negador a “**traição**”, a qual pode igualmente ocorrer a partir de duas formas, segundo as suas fontes: externas (quando um *muggle* casualmente encontra uma geocache e a expõe) ou internas (quando um iniciado o revela). A massificação do geocaching aumenta

sobretudo a passibilidade da **traição interna**, por membros neófitos insuficientemente socializados.

Tal como em muitas outras situações na vida, há muito tipo de pessoa e muito tipo de atitude. No caso do Geocaching tem-se observado **uma divisão cada vez maior entre qualidade e quantidade, e entre Geocachers que procuram a experiência e os que procuram os números**. A quantidade de caches de baixa qualidade não seria problema grave quando era limitada a um número pequeno de pessoas a jogar esse tipo de jogo, **mas com o tempo têm-se observado que os maus exemplos têm desencaminhado muitos outros geocachers novos, que vêm esses como exemplos a seguir. "se este gajo tem tanta cache colocada e feita, deve ser assim que funciona"**. Como infelizmente a plataforma do Geocaching não permite certas operações de forma fácil e simples - por exemplo, ignorar todas as caches de determinado owner ou determinado *powertrail* da treta - por vezes torna-se frustrante tentar identificar o trigo do lixo. (Respondente ao Inquérito)

A minha experiência com o geocaching já vem a ser um pouco longa, dado que comecei em 2009, por isso já conheci muita gente. Conheço aqueles que estão no jogo tal como eu, por amor à camisola e **para se auto-enriquecerem (cultura), conheço aqueles a quem só importa números, e também aqueles que só praticam porque é fixe e apareceu na televisão**. As pessoas vão e vêm deste jogo, e por isso é difícil descrever a relação que tenho com todas. Duma forma mais resumida, posso descrever a minha interacção como pacífica, e que estou sempre disponível a fazer novos amigos nos eventos. (Respondente ao Inquérito)

O confronto entre os temas do secretismo e da dissimulação, de um lado, e da competição e da massificação, do outro, corresponde a uma tensão pela prevalência nos valores do jogo entre *mimesis* (performance sagrada) e *agôn* (competição festiva), e entre *paidia* (improviso espontâneo) e *ludus* (jogo com regras), respectivamente

O geocaching germinalmente filiou-se na primeira, era um jogo de improviso que conjugava mimetização e vertigem, dissimulação e emoção.

Porém, o carácter tecnológico do meio em que se institui facilitou que se gerassem regras e sistemas de valores **arvorados através dos mecanismos de formação da liderança** que Blau enumera através da sua teoria das trocas sociais, promovendo protagonistas através da sua competência em disponibilizar instrumentos de recompensa que fizerem com que a *agôn* prevalece-se sobre a *mimesis*.

Entre estes últimos, estão os IAAN (abreviatura de “it’s all about numbers” e nome pelo qual são conhecidas as ferramentas de verificação estatística, geradoras de *badges* e indicadores individuais de performance de todo o tipo), expressão cuja própria ambiguidade (negação da fórmula inversa: “it’s not about the numbers” ) traduz uma espécie de nó górdio consagrador da desconformidade entre os valores do “desportivismo” e do desinteresse como são idealizados e a motivação individual conforme é de facto experimentada.

Na admissão do seu próprio programador, dentro da comunidade nacional:

Genericamente, a grande vantagem do IANN é **o permitir que cada geocacher possa** fazer uma análise do seu geocaching e **comparar-se com os restantes geocachers (...)**

Estava pronto para a revelação, e foi a partir desse momento que o IAAN começou a ganhar os contornos que tem hoje, evoluindo de acordo com os pedidos e sugestões da comunidade, **com os *badges*, mapas, informação de concelhos e freguesias, o Geocaching Tools e muitos outros (...)**

Deixa-me muito satisfeito saber que o IAAN anda a rondar as 10 mil visualizações diárias, excluindo acessos através de macrosgak, aplicação Geocaching Tools e semelhantes. Só para se ter uma noção dos números envolvidos, desde que o Geopt disponibilizou a criação de GPX a partir do IAAN, **já foram gerados GPXs que incluíam um total de acima de 50 milhões de geocaches**. (TH, GM 13)

A partir do momento em que o estatuto de cada um pode passar a ser quantificado, em que o *rank* foi definido pela oposição de *badges*, independentemente da forma como estes foram adquiridos, operou-se uma cisão. A percepção da própria batota suavizou-se, o que a constituía no início deixou de o ser (por exemplo a consulta via telemóvel ou a exploração das plataformas de redes sociais, tais o

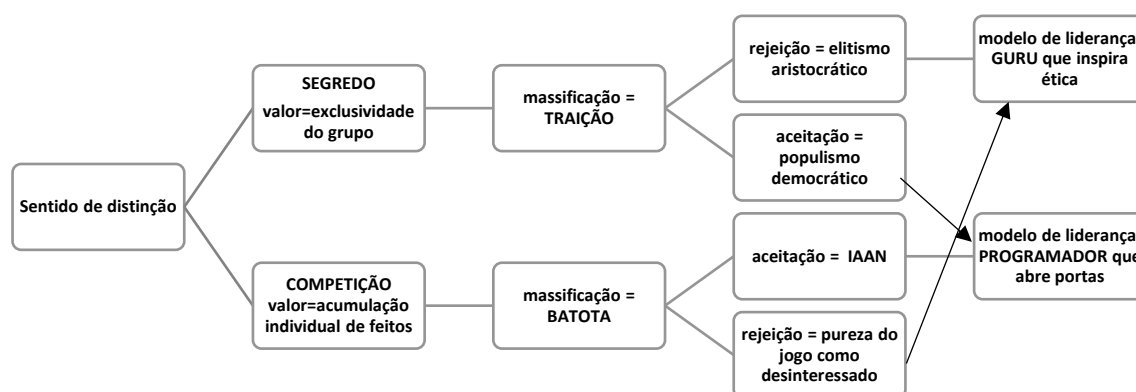
Facebook, para disseminação interna do segredo sem esforço).

(...) acho que a grande maioria dos geocachers que conheci são verdadeiros adeptos do IAAN pelo que vale tudo para registar uma cache. Enquanto apaixonado por caches mistério **fiz muitos amigos virtuais que, pura e simplesmente, se evaporaram quando decidi abandonar o grupo de ajuda de resolução de enigmas, no Facebook.** Fiquei algo decepcionado, na altura. (Respondente ao Inquérito)

Podemos assim ver a dinâmica de grupo do geocaching como uma de conflito entre duas lógicas de distinção (de que se dá tradução gráfica na Figura 9.7): a da **exclusividade do grupo como efeito do seu sigilo** e a da **competição, como acumulação individual de feitos**. Para a primeira a massificação do jogo degenera em traição (revelação pública do segredo), para a segunda em batota (em que todos os meios justificam os fins, sendo o fim acumular feitos e coleccionar troféus). Ambas geram formas seja de rejeição seja de aceitação, suscitando tensão e conflito entre respectivamente os modelos normativos do elitismo aristocrático e do populismo democrático, de um lado, e do IAAN *versus* a pureza do jogo como desligado de qualquer interesse, do outro.

Elas sugerem dois modelos de liderança, tendo como égide as figuras do “**Guru**” que inspira ética pelo seu comportamento exemplar e a do “**Programador**” que abre portas, pela sua capacidade de responder à necessidade de competição, dotando a comunidade dos instrumentos da sua verificação<sup>178</sup>.

**Figura 9.7 – Mecanismos de operação e estratégias conflitantes de distinção pelo segredo e pela competição no geocaching**



Em linha com a interpretação de Blau (1964, 1977) quanto aos processos de troca a que na sua constituição as formações humanas estão sujeitas, os esforços dos recém chegados para impressionar os membros de um grupo conduzem inicialmente ao aumento da sua coesão, porém, a competição e em última análise a diferenciação social tendem a ocorrer a prazo “quando muitas pessoas procuram activamente impressionar-se umas às outras com as suas **capacidades de recompensar**” (Ritzer & Goodman, 2004, p. 412)

Nas primeiras fases da formação do grupo a competição para o reconhecimento social entre os membros actua como um teste de monitorização e verificação de **potenciais líderes, emergindo como tal em última análise aqueles que possuam a maior capacidade para providenciar recompensas**. O que explica porque é que no geocaching o modelo do “programador” prevaleceu sobre o do “guru”.

<sup>178</sup> Discussão cuja equivalência empírica se encontra por ex. no confronto dos protagonistas nomeados, em 2012, no apogeu da actividade, para a figura do “Geocacher da Década” <<https://www.geopt.org/index.php/finalistas.>>.

O guru promete recompensas diferidas e intrínsecas (o **jogo como exercício de aperfeiçoamento pessoal e cadinho de afecto**)<sup>179</sup>, o programador extrínsecas e imediatas (o **jogo como hierarquia e pódio**).

À semelhança das teorias clássicas das elites propostas por Pareto (1935) e por Mosca (1939) sugerindo uma alternância cíclica na pilotagem dos regimes políticos entre “leões” e “raposas”, a teoria das trocas de Blau prognostica ainda que transacções entre pessoas levam a mecanismos de diferenciação de estatuto e poder que consolidam formas de legitimação e organização que por seu turno lançam as sementes para a oposição e a mudança.

Na tipologia de Pareto, enquanto os “leões” dominavam pela ordem, apelando aos instintos conservadores das massas e à tradição, as “raposas” dominam pela astúcia e pela capacidade de inovar e manipular ideias<sup>180</sup>. Mosca salientava em particular que as ocasiões de mudança social e tecnológica tendiam a criar condições que tornavam necessárias novos talentos, trazendo à tona novos tipos de liderança.

Em conformidade com a versão actualizada de Castells, para quem os *switchers* constituem a elite típica da sociedade informacional, caracterizada pela capacidade de determinar os fluxos da informação, podemos assim dizer que os valores do geocaching foram dominados por aqueles melhor capacitados para habilmente manipular as possibilidades do ambiente técnico-social de forma a conferir estatuto e gratificação imediata às “massas”, surgindo reactivamente, como contraponto, um contradiscurso de “leões” para quem a contradição entre os valores destas últimas e a pureza do jogo só se pode ultrapassar através de um reforço da normatividade e da formalização, propugnado a instituição de formas de associativismo, semiprofissionalização e regulação (como forma de reedificação da “confiança” no seu *desportivismo* introduzindo a “lei escrita”), através por exemplo da criação de uma “Associação Nacional de Geocaching”.<sup>181</sup>

Era importante haver uma figura jurídica do geocaching nacional, sempre defendi isso. Ou se bem que este mundo em que vivemos se torna global ou então voltamos a ter fronteiras para tudo. Temos algumas coisas globalizadas e outras não cria muitas situações de injustiça e desequilíbrio.

(...) ando há anos a dizer isso. Ao fim de 14 anos ainda não houve ninguém com coragem e vontade de o fazer, acredito que porque 99,9% vê isto com uma brincadeira, uma forma de passar o tempo, e quando dá chatice assobiam para o lado 99,9% são na maioria daqueles que não querem levar nada disto a sério, mas depois vão encher os estádios de futebol, os recintos dos festivais e os centros comerciais na época do

<sup>179</sup> Numa ponte para Goffman (1967, p. 214 e seg.s) podemos dizer que como “personagem” o “Guru” encarna no geocaching o pleno dos motivos da deferência: coragem, resiliência no jogo (*gameness*), integridade e compostura. O seu discurso é o de que o terreno e o desafio devem ser abraçados tal como se apresentam, de peito aberto, que o esforço por si é de valia e que mais do que os números a qualquer custo o que distingue os praticantes é a dedicação, a persistência, a atitude e o esforço, sendo a “derrota”, seja o “not found”, encarado como postura demonstrativa de *fairplay* tão válida como o “found”. Em suma, encarnando a lógica de que os meios são mais importantes do que os fins, enquanto o Programador propugna o inverso: que os últimos primam sobre os primeiros.

<sup>180</sup> Que Bourdieu (1990a, p. 95) por seu turno formula em termos weberianos como oposição entre as figuras do “Padre” que defende a “religião que está” e do “Profeta” que augura a chegada do Messias e a sua “mudança”.

<sup>181</sup> Complementarmente, ainda, dentro da forma como a liderança se diferencia na “teoria dos papéis”, em pequenos grupos, poderíamos fazer equivaler o “programador” ao “líder instrumental” e o “guru” ao “líder expressivo”, de tal modo que o primeiro se orienta por uma lógica de eficiência, para a agilização da execução das tarefas enquanto o segundo desempenha a função do trabalho emocional, tendo como preocupação suavizar e conciliar susceptibilidades e valores conflituantes - cf. R. H. Turner, in Turner (2001, p. 237).

Natal, ou seja, **são influenciáveis. Falta o elemento influenciador que pegue nessa associação, a crie e mova as pessoas à volta dela.** Certamente muitos deixariam de ir para os estádios, concertos e centros comerciais vestir a camisola de uma actividade de que (ainda) gostam.

É uma questão de tempo até a actividade implodir ou se fundir com outra vertente tecnológica qualquer que, entretanto, surja. O modelo que a Groundspeak insiste em usar do “viver intensamente e ganhar tudo hoje” vai levar ao enfartamento e à descredibilização da actividade. Eles não percebem que a “magia” do geocaching residia em ser algo mais ou menos “ilegal”, desconhecido e despercebido. **Quando tu tens toda a gente à tua volta a saber o que é, onde estão as caches e que tu também és, que pica te dá?** (CC, GM 13)

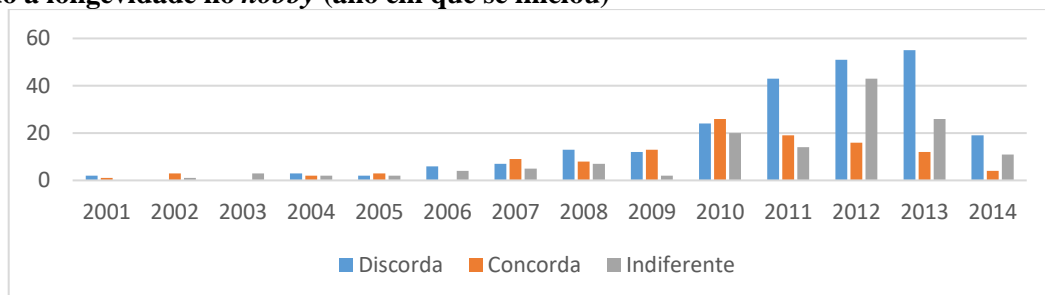
Por outro lado, Blau também sugere que, de modo a atingir a integração com os comparsas, os protagonistas melhor posicionados podem chegar a adoptar uma estratégia auto-depreciativa, de forma a conceder-lhes “face”. No geocaching tal explica porque é que a progressão está sujeita à tendência já identificada na parte anterior, sobre a lógica dos números: o impulso inicial para a competição faz-se acompanhar de uma actividade intensa e de um esforço de atingir o primeiro lugar dos tops, contexto em que os demais são vistos como “concorrentes” que obstaculizam o reconhecimento. Progressivamente, esta lógica é abandonada em favor de uma vivência mais selectiva e instanciada, os indivíduos de algum modo deslocam a ênfase da “performance” para a fruição ponderada, afrouxam o ritmo e, por conseguinte, tornam-se mais tolerantes, passando ao mesmo tempo a desvalorizar discursivamente a sua competitividade inicial.

Em contrapartida, os demais, cujo autoconceito não abdica da competição e dos tops, reconhecendo o esforço de neles permanecer, mais provavelmente resignam-se ao abandono.

Por conseguinte, no limite, os geocachers revelam dois perfis ou perspectivas que metaforicamente podemos chamar de “democratas” e “aristocratas”, os democratas conformam-se com a massificação e adaptam-se, os “aristocratas” recusam-se a ser assimilados.

O geocaching, em mim, passou por vários estádios. Ao princípio, adorava ver os números a subir. Mas era mais a descoberta dos TBs e das geocoins que me movia. Depois, comecei a desafiar algumas amigas e, em grupo, lá íamos durante os fins-de-semana. Claro que os rankings interessam. Claro que os números também. Se são o que me movem, não. Se são importantes, não. Não ligo muito a isso. Neste momento, prefiro sair com amigos, alguns que conheci através do geocaching e fazer umas caches, previamente escolhidas, numa caminhada em amena cavaqueira (TS, GM 8)

**Figura 9.8 - Concordância com a afirmação "Há demasiadas pessoas a fazer geocaching" segundo a longevidade no *hobby* (ano em que se iniciou)**





## Capítulo 10 - **NARRATIVA. AVALIAR O GEOCACHING COMO PRÁTICA NARRATIVA. *HOMO VIATOR NARRANS***

Mais do que quaisquer outras, enquanto actos voluntários, alvo de livre escolha, as actividades lúdicas constituem oportunidades de “falar com os outros sobre quem somos”. É no limbo do balanço entre trabalho e lazer que se chega a mostrar credibilidade, competência e relevância através de aspectos tão mezinhos como o tipo de comida que se consome<sup>182</sup>, onde se vai e o que aí se faz, constituindo o domínio do lazer “o campo focal na vida quotidiana” (Rojek, 2010, p. 3) em que se lida com estas matérias diferenciadoras; em que elas são alvo de atenção, verbalizadas, permutadas, refinadas e incorporadas no diálogo e - em comunicação mediada - no texto, nas fotografias e nos vídeos. Nas plataformas sociais é, por conseguinte, compreensível que os produtos versem menos frequentemente “o meu dia na repartição” do que “o meu fim-de-semana na praia”.

Ao longo dos tempos a linguagem sempre desempenhou um papel na construção da personalidade<sup>183</sup>. Os indivíduos tendem a viver as suas vidas como narrativas em que se faz uso do reportório que a cultura em que se inserem disponibiliza para o respectivo planeamento e para esgrimir e narrar os eventos significativos, atribuindo-nos em conformidade uma identidade, frequentemente expressa como histórias de vida. Assim, sugere Rose (1990, p. xviii), “os nossos reportórios de subjectividade – sentimentos, motivações e similares – podem por ser compreendidos como características contingentes das formas de falar – como ‘jogos de linguagem’”<sup>184</sup>.

Neste particular, a específica utilização dada pelo geocaching às tecnologias de comunicação móveis e locativas, já se fez notar, distingue-se pela pluralidade de registos que levam os respectivos utilizadores a produzir. Estes constituem uma forma de “narrativa” ou relato, a qual existe a pelo menos sete níveis:

- 1) Na necessidade de fazer acompanhar a criação de uma geocache da construção de uma página com a respectiva descrição a qual pode ser mais objectiva/descritiva ou tendencialmente mais imaginativa/fantasiada visando construir uma história que se convida os restantes geocachers a viver;
- 2) No imperativo de registar por escrito as visitas, nos *logbooks in situ*, durante a deslocação, como “prova” da presença efectiva (tipicamente em registos breves seja na medida das dificuldades particulares de o fazer localmente – pelas condições meteorológicas *et cetera* -, seja da falta de espaço nos próprios suportes, tipicamente blocos de notas que em caches mais concorridas rapidamente podem ficar sem espaço mas também por vezes perante a necessidade de dissimulação que implica alguma celeridade na execução);
- 3) Na necessidade de efectuar idêntico registo em linha, na página específica de cada cache através do sítio geocaching.com (algo feito de forma eminentemente assíncrona, *ex post*, mas crescentemente também

<sup>182</sup> Sobre o tópico do consumo da “comida” como expressão de gosto, fonte de prazer e de diferenciação social consulte-se, notavelmente, o trabalho de Alan Warde (Warde, 1997, 2016; Warde & Martens, 2000).

<sup>183</sup> Para uma excelente síntese do estado da arte e das diferentes perspectivas quanto ao “*self* narrativo” na teoria social veja-se o capítulo do mesmo nome da autoria de Marya Schechtman em Gallagher (2011, pp. 394-416).

<sup>184</sup> Concomitantemente com Giddens (2001), para quem o desiderato da condição individual na contemporânea modernidade tardia se traduz em ter convertido o *self* num projecto reflexivo em que o indivíduo é confrontado com e levado a fazer escolhas relativas aos estilos de vida possíveis, percebidos individualmente através da selecção das formas que permitem proceder à apresentação da identidade e da biografia pessoal como processo de posicionamento através da adopção de práticas, objectos e símbolos que facultam algo como a construção de uma “narrativa do *self*”. Sentido em que, “os estilos de vida são processos de auto-actualização nos quais os actores estão reflexivamente preocupados com aqueles com quem devem viver num contexto de interdependência global” (Giulianotti, 2004, p. 137).

admitido através da disponibilidade da Internet móvel nos *smartphones* com graus de latência decrescentes);

- 4) Concomitantemente através da discussão da actividade em todos espaços de discussão em linha, inclusive grupos de interesse temáticos em redes sociais (no Facebook são dezenas, distinguindo-se pela vocação regional), seja de forma genérica seja em particular sobre dadas caches que por uma razão ou outra chamam a atenção;
- 5) Presencialmente, nos encontros casuais no terreno, mas também organizados em eventos específicos, que funcionam como pontos de troca de partilha de estórias;
- 6) Secundariamente (seja, entre não geocachers) na terceira pessoa através dos relatos que surgem nos Mass Média sobre a prática;
- 7) Secundariamente, ainda, no quadro dos círculos familiares, de amizades e profissionais de cada um em que a prática possa surgir como tema de discussão com aqueles que a não praticam.

Entre as teorias da comunicação, Walter Fisher (1987, p. 62 e seg.s) concorre para o entendimento do geocaching mediante a ideia de que “somos mais facilmente persuadidos por uma boa estória do que por um bom argumento”. A perspectiva da comunicação de acordo com o “paradigma narrativo”<sup>185</sup> sugere que como relatos aos quais se atribui significado, os comentários nas plataformas sociais transmitem um tipo especializado de conhecimento social cujo processamento/julgamento, aceitação e possibilidade de conversão em acção depende sobretudo da forma como os constituintes das audiências fazem sentido dos valores imbuídos nas estórias que lhes são contadas e da forma como estas assumem coerência e fidelidade perante as respectivas biografias, história e personalidade individuais. “Os valores estão no centro das narrativas porque fornecem razões para autorizar, sancionar ou justificar certos tipos de crenças e acções para as audiências” (Littlejohn & Foss, 2009, p. 44). Neste sentido, enfatiza-se que a comunicação funciona menos como forma de transmissão de informação e mais como processo de construção social argumentativa (Griffin, 2012, p. 308; West & Turner, 2010, p. 3434) e que as escolhas se fazem menos por uma avaliação racional fria e mais por adesão emotiva e reconhecimento de genuinidade; se se quiser por “empatia”.

Tal é por exemplo sobejamente conhecido na comunicação política, em que a adesão se faz mais facilmente pela identificação com a estória pessoal de vida de um líder do que propriamente com os argumentos objectivos do seu programa eleitoral.

No geocaching o *homo ludicus* – o qual, recorde-se, Ortoleva sugere como versão aprofundado do *homo ludens* de Huizinga, mediante a incorporação das tecnologias móveis ubíquas (acima, p.137) - cruza-se com o *homo narrans* de Fisher, o homem que experimenta e compreende a vida como uma série de narrativas em progresso, com conflitos, personagens, princípios (introduções), meios (desenvolvimentos) e fins (conclusões e “morais da estória”).

Porém, tal como o autor italiano reajusta o autor holandês à contemporaneidade, torna-se mister executar igual processo sobre Fisher.

Em meados da década de 80 do século passado quando falava em “estórias” e em “narrativas” Fisher pensava eminentemente em termos de “peças jornalísticas”, como o tipo de conteúdos

---

<sup>185</sup> A escolha da expressão pelo autor não é casual, significando a sua ambição de, mais do que uma “teoria”, arvorar um paradigma alternativo, mormente à estirpe da escolha racional. Trata-se de um escopo de discussão que nesta etapa do trabalho nos não é especialmente útil e pelo que nos concerne entendemo-lo satisfatoriamente como um “ângulo” ou forma de olhar proveitosos. Ainda assim, como síntese e apreciação crítica dos diversos entendimentos “narrativos” da identidade *latu sensu* veja-se Kristjánsson (2010, p. 42 e seg.s).

tipicamente veiculados nos Mass Média tradicionais e por exemplo nos telejornais. Hoje, porém, podemos facilmente estender esta argumentação aos Média Sociais e em particular ao geocaching em que os registos de visita são eminentemente produções em que se narra a “estória” e os detalhes em torno da experiência de deslocação e busca de uma geocache.

Passar da narrativa pelos produtores especializados que disso fazem profissão (jornalistas, guionistas, novelistas...) para o domínio da “narrativa pessoal” massificada representa, porém, um desafio e uma mudança de natureza e de estilo na linguagem empregue.

Nos meios pessoais de comunicação de massas o texto continua a estar presente, porém o exercício da redacção, sendo eminentemente reflexivo, comporta uma dose de “exigência” dificilmente compaginável com a experiência da generalidade da população para a quem a forma escrita é apesar de tudo marginal, como algo que pertence ao domínio formativo e escolar, mantendo-se ao longo da vida eminentemente na esfera dos afazeres profissionais com mais ou menos premência. Se por exemplo um professor ou um profissional liberal podem estar habituados a redigir regularmente “relatórios”, aqueles ocupados com outro tipo de afazeres – por exemplo, um operador de máquinas - podem distanciar-se progressivamente de tal forma. Um exímio contador de “estórias” pode assim ter dificuldade em operar a transposição de meio e em transcender o registo oral.

A reflexividade da forma escrita torna-se potencialmente inibitória. O texto deixa “registo” e a espontaneidade é de alguma forma quartada. A vida privada está presente, mas de forma denotativa, o indivíduo prefere contar estórias não explícitas, elegendo na maioria dos casos reservar detalhes da sua esfera opinativa e de intimidade que provavelmente não teria problemas em reproduzir verbalmente.

Na comunicação digital a “narrativa” sofre assim duas tendências. Por um lado, torna-se tanto **mais ágil e fácil quanto tenha uma âncora**, por outro ela diversifica-se e as histórias deixam de ser necessariamente “novelas”, podendo passar a ser, com a incorporação das formas videográficas, algo como “livros de banda desenhada” ou “fotonovelas”, dependentes da ilustração e da fotografia, por vezes manipulada, distorcida ou embelezada.

**É nossa asserção que as tecnologias da localização em geral fornecem essa âncora narrativa e que nelas o espaço, tendo, na percepção euclidiana dominante, qualidades apercebidas de “neutralidade” actua como lubrificante e desinibidor.** Semelhantemente ao passo semântico dado por Ortoleva em relação a Huizinga poderíamos assim sugerir no geocaching (mas também noutras plataformas de localização) que **na produção do *homo narrans* a preocupação auto-reflexiva do “quem sou” foi substituída pela reflexão sobre o “onde estou”,** convertendo-se, por oclusão com a metáfora de Eyerman e Löfgren (1995, p. 55) para a condição humana enquanto entidade em permanente deslocação na sociedade e no espaço<sup>186</sup>, num *homo viator narrans* (literalmente “homem viajante narrante”, de outra forma *homo itineris narrator* ou **homem narrador da deslocação**).

<sup>186</sup> Metáfora gizada no contexto da análise do tema “estrada” na cinematografia norte-americana como expressão mítica do tema fundacional da emigração da costa Leste rumo à “conquista” do Oeste, de quem Jack Kerouac (1957), como expoente da Geração *Beat*, e a mítica Route 66, como “Mother Road”, ligando Chicago a Santa Mónica, constituem figuras icónicas em que as redes de transportes, o caminho-de-ferro, mas também a auto-estrada, associada à disponibilidade do automóvel, prefiguram uma mobilidade libertadora, equivalendo possibilidade de deslocação e autonomia pessoal.

Na mesma sequência, no seio da teoria social, podemos situar a problemática num contínuo que ao *spatial turn* e ao *mobility turn* acresce o *narrative turn* (Smelser & Baltes, 2001, pp. 10281-10289) como enfoque numa **Sociologia das Narrativas, como interesse pelos textos pessoais, pelas histórias de vida em geral e pela intertextualidade como blocos básicos da construção das próprias comunidades, como o cimento que torna possível a sociabilidade e a solidariedade.**

Harvey Sacks, em particular, postula a metodologia de análise de conversação como “tecnologia para construir histórias”, seja, enquanto técnica para “descodificar” as narrativas auto-verbalizadas prestando atenção particular a regularidades no discurso, mormente não declarativas por exemplo, àquilo que as pessoas não declaram ter feito mais do que ao declaram fazer de forma a “ver mais fundo” e a inferir as motivações (Sacks & Jefferson, 1992, p. 267), tendo presente que o indivíduo dificilmente é um interprete “objectivo” das suas próprias acções.

Na produção dos “logs” no geocaching bem como no abundante discurso directo que se encontra nas entrevistas a geocachers a mesma questão está presente. A narrativa nunca é um exercício desinteressado, os registos em linha constituem tecnologias para produzir histórias, mas é necessário ver nas narrativas mais do que aquilo que neles está explícito, pois a redacção é um exercício que o próprio faz a pensar no outro, normalmente uma codificação deliberada em ordem aos valores comuns, mais ou menos norteada, segundo o perfil individual, por uma preocupação de aceitação. É também nesta medida que o estudo das irregularidades, dos conflitos, dos *faux pass* e das respectivas estratégias de remediação se revela útil, revelando porventura mais da estrutura “oculta”, mas determinante da interacção do que o seu exercício formal, normalmente escorreito.

Se Fisher estabelece a ponte entre comunicação e narratividade e se Certeau (*cf.* acima, p.142) fornece o precedente da associação entre narratividade e espaço, Farman<sup>187</sup> aprofunda final e especificamente a relação entre narratividade e tecnologias de localização fundamentalmente através da asserção de que estas fornecem o pretexto para quem conta uma história aumentando ao mesmo tempo a experiência dos locais na medida em que lhes atribuem significado.

Em consonância com Tuan, pode-se assim dizer que as histórias localizadas, veiculadas de forma mediada, contribuem para converter o espaço abstracto indiferenciado num local concreto e que é através desta imbução de valor que elas permitem simultaneamente o impacto do espaço na narrativa e a transformação do “espaço” num “lugar” através dela.

No geocaching, as histórias carregam valores partilhados, mas são mais do que isso um valor em si próprias. Elas permitem a construção de uma identidade grupal e funcionam como forma de reconhecimento e contrapartida em que para muitos *owners* a devolução de uma “boa história da caçada” é a compensação pelo investimento de tempo e meios colocados na colocação da cache.

Tal é confirmado pelas respostas dos participantes ao nosso inquérito, a quem foi solicitado que caracterizassem “a sua interacção com os outros geocachers durante as trocas que mantém através da

---

<sup>187</sup> Veja-se em particular o volume editado em que se apresentam algumas dezenas de exemplos de experiências de utilização das tecnologias móveis locativas para fins de construção narrativa (Farman, 2014) e ainda a sua entrada sobre “Storytelling with Mobile Media. Exploring the Intersection of Content, and Materiality” no *The Routledge Companion to Mobile Media* (Goggin & Hjorth, 2013, pp. 528-537).

Internet (*logs* no sítio geocaching.com, nas redes sociais, em fóruns e e-mails etc.)”, comparando-o se possível com as suas experiências de relacionamento na presença, “face-a-face”, de que a seguir se reproduzem nove excertos ilustrativos de outros tantos autores (**negritos** adicionados por nós):

Os *logs* que faço têm três destinatários: - **O meu eu futuro** que pode vir aqui avivar memórias; - **Os geocachers seguintes** que podem precisar de uma pequena ajuda; - **O Owner** que deve ter feedback do seu esforço. Nesse sentido, as minhas interações à distância procuram ser úteis, informativas e agradáveis. Nas interações face-a-face com outros geocachers o ambiente é diferente, privilegiando o convívio e a troca de experiências ao mesmo tempo que se sedimenta um espírito de comunidade. Aproveito para referir que em meu entender **a proporção de "gente boa" (com respeito pelos valores de referência) é maior nesta comunidade do que na sociedade em geral**, apesar de ter participantes de todos os géneros, quer social, etário, profissional, económico, etc., o que me deixa com curiosidade sobre o motivo...

Tipicamente é uma interação salutar, apesar de ser pouco participativo nos fóruns, no entanto **os nossos logs são sempre uma narrativa da 'historia' da cache** em específico, alongando-nos por vezes na própria narrativa.

Sou participativo, sou opinativo (se calhar, em demasia), gosto de ajudar, **gosto de me sentir integrado na comunidade, gosto de relatar tudo e de ler relatos relativos ao geocaching** sou pouco tolerante a comportamentos mal-intencionados (devia desligar-me mais, mas não consegui e sinto-me agora algo desgastado por mais de 12 anos de vivência no meio.

Há sempre uma **interação muito grande** entre geocachers. Mesmo que sejam geocachers com pouca prática, que não conhecem praticamente ninguém, **rapidamente se integram no grupo**.

A minha interação não podia ser melhor. **Quando vejo que estou a logar uma cache de um geocacher que conheço, capricho mais no comentário e vice-versa**, geralmente também acontece o mesmo. São todos uns porreiros. Dou-me com pessoas mais velhas quase da mesma maneira que com os amigos da mesma idade.

Adoro a parte de logar a cache e **poder partilhar esse sentimento com quem já a fez** e já falei com alguém pela internet por ter visto essa pessoa a fazer uma cache ao ter saído de lá dois minutos antes.

Tanto virtualmente como presencialmente mantenho-me tal e qual como sou e tento inculir isso a todos os meus companheiros de equipa. **Logs de modo a dar sempre valor ao esforço dos geocachers que colocam boas caches**. Se a cache é vulgar e má, terão um *log* simples, caso a cache valha a pena e seja diferente, aí o *log* será muito mais pessoal e de agradecimento

Cada vez mais me interrogo se vale a pena continuar a colocar caches, pois, o mais certo é receber um “TFTC” na maioria dos *logs*, e **não me vou aperceber se os geocachers estão realmente a gostar e a dar valor ao trabalho que tenho como owner** para lhes dar a conhecer determinado local e levá-los a ter determinada aventura e experiência

**Uma grande cache tem grandes logs e grandes fotos**. Assim vale a pena passar demoradamente pela maioria dos *logs* registados.

A associação entre as histórias que proporcionam e a identidade dos participantes vai ao ponto de ambos se confundirem. Tal é igualmente o sentido das declarações sobre um geocacher recém-falecido, no GeoMagazine:

Todos nós temos de ser capaz de nos confortarmos em saber que, através dos seus *logs*, das suas fotografias e das experiências partilhadas com aqueles de vocês que o conheciam, a sua memória continua viva em todos nós. (GM 17, sobre um geocacher recém-falecido)

A coerência da narrativa (leia-se, dos *logs*) é determinada em função das suas **congruência material** (seja da forma como se aproxima ou afasta dos demais relatos produzidos sobre o mesmo tema, leia-se sobre a mesma cache), **congruência estrutural** (seja, a uniformidade da experiência e a ausência de contradições) e consoante o **carácter apercebido do interlocutor** (seja, consoante a credibilidade que o leitor lhe atribui, sendo o caso que a formulação de uma dada impressão favorável tende a fazer os indivíduos passarem a ler regularmente os registos daqueles que valorizam e de quem se sentem próximos).

Concomitantemente a sua fidelidade afere-se pela sua consistência com a experiência e valores

partilhados pelos “ouvintes”.

Podemos assim perceber a produção narrativa nos *logs* do geocaching em múltiplas camadas:

- como processo **constitutivo e reprodutor dos valores** de uma comunidade imaginada;
- como instrumento de **agraciamento**;
- e como instrumento de **controlo**.

A última dimensão (o “controlo social”) corresponde a uma das dimensões identificadas por Katz na sua teoria do *Apparatgeist* (cf. abaixo, Quadro A.1, p.XV), a qual propõe entre as características atractivas da tecnologia a possibilidade egotística desta simultaneamente **amenizar a monitorização do próprio** (seja, de contemplar entre as suas características e *affordances* a possibilidade de lhe permitir furtar-se ao controlo alheio; a possibilidade de “esconder” discricionariamente porções da sua actividade) e de **aumentar o controlo alheio** (seja, de ampliar o seu acesso ao conhecimento e possibilidade de condicionar a acção do outro)<sup>188</sup>. No jogo locativo esta última surge na forma da figura do “TOL” (Técnico Oficial de Logs), o geocacher de bancada que segue religiosamente o que se escreve nas caches alheias e não se coíbe de intervir e emitir opinião de forma nem sempre oportuna, definido como “aqueles que têm *logs* em atraso, mas têm tempo para saber o que os outros andam a fazer” (GeoMagazine, ed. 15, p.41).

Já o “agraciamento” é uma forma de sociabilidade, faz parte do ideal de uma comunidade amistosa e é como tal reconhecido pela esmagadora maioria dos participantes. Na resposta à questão “Quando escreve ou lê um *log* que importância atribui à presença dos seguintes elementos na redacção? Pontue numa escala de 0 a 10 em que: ‘0’ corresponde a ‘É irrelevante. Não dou importância nenhuma ou isso nem devia fazer parte de um *log*’ e ‘10’ corresponde a ‘É indispensável. Nem imagino um *log* sem isso’ as três possibilidades mais pontuadas são respectivamente, por ordem decrescente de importância: mostrar agradecimento a quem colocou a cache, fomentar o espírito de comunidade e mencionar todas as pessoas que participaram na caçada (Figura 10.1).

Tal valorização encontra expressão e é ainda confirmada através de uma análise de conteúdo dos 425649 *logs* que pudemos obter, relativos aos respondentes ao nosso inquérito, nos quais as formas abreviadas “TFTC” e “OPC”, manifestando agradecimento ou dando os “parabéns” ao “owner” são de longe as mais ocorrentes, seguidas das menções à “team” e à “companhia” na qual a geocache foi “feita”) e em que os vocábulos associados à expressão de “comportamento social” marcam presença em cerca de 1/3 dos registos (Figura 10.2).

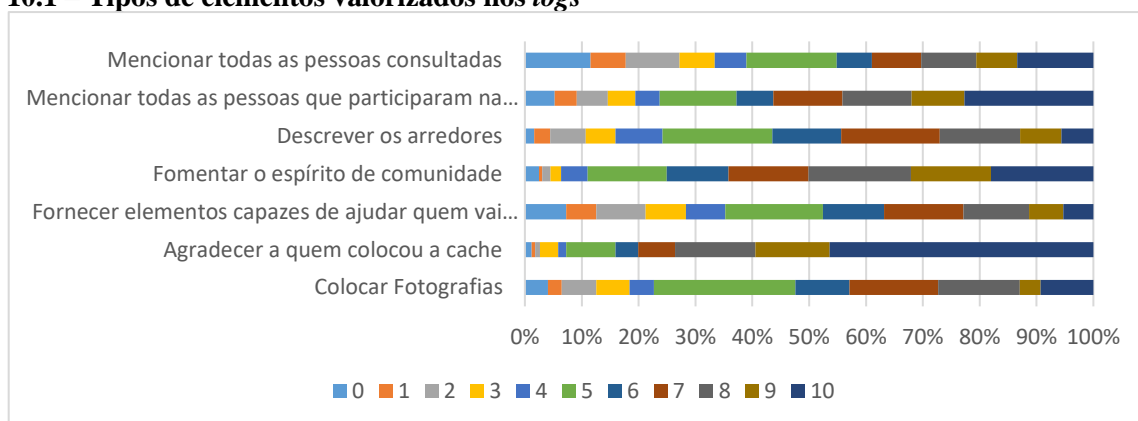
Em rigor, a questão não foi particularmente construída para o fim de aferir a importância da expressão narrativa (para o que, retrospectivamente, no mínimo deveria distinguir entre o acto de produzir e ler um *log*). Ainda assim ela é sobretudo interessante nos extremos que revela.

---

<sup>188</sup> No mesmo sentido, Best (2009), por exemplo, baseado em dados empíricos recolhidos junto de utilizadores canadianos, conclui que as razões pelas quais pessoas adoptam ou repudiam os dispositivos tecnológicos de comunicação móvel em última análise dizem sempre respeito à sua experiência de controlo sobre os mesmos, traduzindo-se a sua compartimentação e expectativas de uso numa tentativa de o manter.

No tocante aos elementos menos pontuados surgem dois, com idêntica expressão: “Mencionar todas as pessoas consultadas (que ajudaram sem estar presentes) para fazer a cache” e “Fornecer elementos capazes de ajudar quem vai fazer a cache”. Sendo parte da integridade do jogo, eles traduzem efectivamente o grau de aceitação da “batota”, medindo o desvio da “pureza” e do ideal de mercado que preside normalmente à lógica dos jogos competitivos em que os actores se posicionariam em pé de igualdade, sendo atribuído valor a cada um segundo o seu esforço e mérito, traduzindo elevados grau de desregulação, pois os seus valores médios (6,19 e 6,20) situam-se ainda assim claramente dentro do assentimento. Podemos assim sugerir que o apelo do espaço como lubrificante e desinibidor narrativo corre paralelo ao da ausência de arbitragem.

**Figura 10.1 – Tipos de elementos valorizados nos logs**



**Figura 10.2 – Nuvem de termos significativos (RID) por frequência de ocorrência nos logs**

**ENCONTRA\* OBRIG\* APAREC\* FICA\* TEMPO**  
**CONHE\* CAMINHO\* VER BELO\* VEZ AQUI NADA ONDE VIST\* ZONA**  
**HOJE SEMPRE QUANDO PERCURSO\* MELHOR\* GOST\* DIZE\* HORA AVENTUR\* ACABA\***  
**DEVER\* REGIST\* TRABALH\* PONTO FÁC\* LEVAR\* AMIG\* AGRADÁ\* PERTO MEIO QUASE PARTILH\***  
**DESCULP\* AJUD\* FOT\* LOGO PENA PENSA\* PASSADO DECID\* PEDR\* ANO SEMANA\* SORRI\* BUSCA\* BONIT\***  
**DIFICULDADE\* MOMENT\* AGORA RAPID\* FANTÁSTIC\* CHUV\* PÉ\* FAVOR\* PRECIS\* VIAG\* PARAR RESOLV\***  
**AGRADEC\* PRAIA\* ENTRE PASSAGEM ÁGUA OLH\* SOL IDE\* CEDO SUBIR LONGO\* RIO MÃO ENIGM\* GENERALI\* JORNAD\* ALGO**  
**COMPLIC\* ESTRADA ALTUR\* NECESS\* FONTE\* PERCEB\* ALTO\* CERCA\* DIFEREN\* SUBID\* SÉRIE\* PROBLEM\* LINHA CALOR\* RÁPID\***  
**APREC\* ACTIV\* DESCONHECID\* SIMPLE\* ADORA\* ESCOLHE\* RECANTO\* PERCORR\* OLHO\* DENTRO MONTE VERDADE\* LINDO\* MATAR\* REALIZ\***  
**FORA MINUTO ENCONTR\* LUTA\* PONTE\* PREPAR\* ESPAÇO\* MOLHA\* CALM\* DIVERTI\* PRINCIP\* ORGANIZ\* ENGRAÇ\* BREVE\* CAIR\* CONVERSA\***  
**ENTRADA PERMITE\* CUIDADO JANTAR\* MISTUR\* COMPANHEIR\* CONCLU\* ACESSO\* COMBIN\* MAR LAGO\* FALAR\* CONTAR\* PROME\* FRIO\* DESFRU\***  
**CONTENT\* TALVEZ ENGAN\* FRESC\* ESTREL\* SERVI\* CONSIDER\* ATAQUE\* LONGE ATRÁS MIRADOURO\* INFELIZ\* EXPLOR\* FELIZ\* CAFÉ ATAR**  
**SORTE\* PRAZER\* DESCANS\* DESTINO\* LIGA\* LUZ\* OUVI\* DATA\* CAUSA\* CONFIRM\* COMER SINAL SIMPÁT\* CENTRO BRUTA\* ATENÇÃO PERNA**  
**LAMA\* DISPON\* MAU ATACAR\* OBSERV\* DISPOS\* EM CIMA CARA VING\* INFORMA\* ANTIGO ALMOÇA\* RAZ\* BATER IMAGIN\* MARGE\* ENVOLV\* AGRADA\***  
**NOVAMENTE FOZ\* CHOV\* RUA EXCEP\* ÁRVOR\* REUN\* INTERIOR TIME VERDE DIGE\* CONTACT\* MOTIV\* NORI\* PORTA BARRAGE\* FECH\* MÉS CABEÇA\* RIBEIRA\***  
**BEIRA\* ONTEM CASCAT\* ERRO\* MISTÉR\* ELABOR\* FESTA\* BALX\* SUCESSO\* PESO\* CONTEMPL\* ENTRETANTO FORÇ\* POR CIMA SALTA\* PRATIC\* ACETI\* CONVIDA\***  
**VELHO JOGO\* QUANTIDADE\* QUALIDADE\* ESFORÇ\* RECOLHI\* LEVANT\* BEB\* ESTRANH\* ROCH\* RIBEIRO\* ARRANJA\* RESIST\* RESULT\* FERRE\* AUTORIZ\* BANH\* RICA\***  
**OFEREC\* REAL NORMAL\* ABAIX\* PALAVR\* ELEV\* BRINC\* HOMENAGE\* QUENT\* EM FRENTE DE LADO CORREC\* ESPALHAR\* EXPLIC\* REGIÃO IMEDIAT\* LANG\* FUNDO\***  
**DITO EXEMPLO\* COBRAÇÃO FEBR\* CIEIR\* TRAJECT\* ABERTO NEVOEIRO\* DESEJ\* POSSIBIL\* SOMBRA\* PAUS\* INVERN\* NA\* ESCOLHA MURO\* LANTERN\* APERCE\***  
**ABRAC\* HÚMID\* NAMOR\* MERIT\* CONQUIST\* TRANQUIL\* ESTUD\* GANHA\***

N=425649 logs. O tamanho da fonte é proporcional à frequência com que o vocábulo ocorre (ordem decrescente). As cores são aleatórias.

## 10.1 DAS GEOCACHES COMO MARCADORES E PISTAS ACRESCIDAS

Concomitantemente ao *insight* proporcionado pelo paradigma narrativo, no exame da experiência de deslocação proporcionada pelo jogo locativo, as geocaches funcionam ainda, à luz de MacCannell (1999, p. 109 e seg.s), como “atrações”; signos instituidores de uma relação entre um marcador, uma vista e um turista ou, no caso, entre um marcador (significante), um local (significado) e um jogador itinerante. Já à luz de Thurlow, Lengel & Tomic (2004, p. 53) elas operam como “novos marcadores de identidade”, porém, num *twist* distinto, não de forma “compensatória”, mas como instrumento pleno; como pista acrescida, tentativa de manipular a atenção e acto deliberado através dos

quais os interlocutores “plantam” e sugerem indícios relativamente às qualidades porque querem ser reconhecidos. Dramaturgicamente, vendo nelas uma forma de equipamento expressivo (Goffman, 2002, p. 31) que permite a gestão das impressões e a apresentação idealizada da *persona* (Hogan, 2010; Papacharissi, 2002), mormente através das ligações e das identificações com o lugar<sup>189</sup> porque os seus autores optam enquanto pretexto narrativo. E em que a exibição da própria mobilidade pode ser alvo de apropriação e investimento na luta pela classificação social (Kaufmann & Montulet, 2008, p. 44).

Como marcadores elas definem-se por veicularem informação sobre um lugar específico, tendo, como primeira peculiaridade, que permite a sua especial eficácia, existirem simultaneamente como representações instituidoras de um contacto prévio (*marcador fora da vista*, tipicamente alvo de leitura e reflexão antes da deslocação) e como marcadores presentes *na vista* (para uma análise das geocaches enquanto artefactos *cf.* acima, 227 e seg.s), não sendo incomum que os contentores *in situ* incluam algum tipo de informação impressa recapitulativa do interesse do local (ou dos diversos locais de passagem no caso de uma geocache com múltiplos pontos intermédios).

Como signos elas são naturalmente propensas à imposição arbitrária de significado, dependente da idiosincrasia de quem as coloca e da interpretação que faz dos valores do jogo

Como segunda particularidade e elemento distintivo, pelo facto de se situarem no plano do *backstage* dos lugares, tipicamente dissimuladas na sua retaguarda, elas permitem *ipso facto* conferir ao visitante um sentido de acesso à sua “autenticidade” mediante a visão profunda conferida pelo jogo. Constituem por assim dizer “marcadores da verdade” (MacCannell, 1999, p. 137) que permitem cimentar o laço entre o turista-jogador e a atracção elevando a informação por ele possuída a um estatuto privilegiado, integrado no conspecto das práticas rituais prosseguidos pela colectividade.

As plataformas de jogos móveis locativos participativos permitem, por conseguinte, não só aumentar as possibilidades típicas da experiência turística (mormente os diversos níveis de acesso aos bastidores dos lugares) como potencialmente engendrar estórias espaciais (Certeau, 1984, p. 122 e seg.s) passíveis de contestar e desenvolver narrativas alternativas relativamente a locais específicos (Tarantino, 2014), em circunstâncias tais que, para os geocachers, mais do que ferramentas de análise espacial, os sistemas de informação geográfica constituem uma espécie de “instrumentos de produção de relatos cartográficos” (Elwood, 2006, p. 704) cuja função primordial é a capacidade de experimentar a manipulação das representações espaciais (*cf.* por ex.. acima, Figura 8.3, p. 182) e de produzir textos e artifícios de forma a apoiar as necessidades da comunhão lúdica.

Como tal, as geocaches constituem, mais ainda, nos termos de Lefebvre, um ponto de entrecruzamento entre representações do espaço, morfologia espacial e práticas espaciais; entre aquilo que é dito e se presume sobre os lugares, a sua feição material e aquilo que efectivamente neles é levado a cabo pelos actores. Consistem em formas de anotação através das quais uma camada de informação é

---

<sup>189</sup> Ligações (*place attachments*) que se referem não apenas a sentimentos positivos ou negativos sobre um lugar, mas que derivam de e revelam igualmente algo sobre a totalidade da vida individual (Eyles, 1985), traduzindo tipicamente o “conjunto de sentimentos que os indivíduos mantêm relativamente aos locais que lhes são familiares e com os quais medram um sentimento de pertença” (Altman & Low, 1992, p. 3 e seg.s). Veja-se ainda Proshansky e Fabian (1987) que explicitamente as equacionam como subestrutura da auto-identidade.



integrada simultaneamente nas representações digitais do espaço e nos próprios locais, conferindo-lhe significados específicos, sendo instrumentos adequados ao “modo de informação” (Poster, 1990, p. 6) instituído pela comunicação electrónica, caracterizado pela simulação e por uma relação entre língua, sociedade, ideias, acção e *self* caracteristicamente dispersiva, em que a formação da subjectividade se constitui de forma fluida através dos mecanismos da interactividade possibilitados pela constituição das comunhões virtuais (Corrigan, 1997, p. 89).

Para quem as coloca elas são uma demonstração de quem se é; uma lente sobre e um convite à peregrinação pelas memórias individuais (*cf.* alguns exemplos infra).

Esta é uma *Park&Grab* com a única intenção de vos dar as boas vindas à terra **onde vivi**, fui Escoteiro, **estudei e amei**.

Este desafio vai guiar-vos num curto passeio pela rua onde **cresci**, marcada por quatro pontos merecedores de terem a sua história registada numa cache

Esta cache tem como objectivo mostrar uma zona em que **cresci** e que **passei belos momentos** com amigos e família, e que é tão bela. O Polidesportivo de Quelfes.

Zambujeiro é uma pequena aldeia **onde fui criado** e **cresci** e como minha primeira cache não podia deixar de a dar a conhecer

Esta cache é-me muito especial por ser situada no bairro onde **cresci**

Escolhi este local por ter sido onde **nasci e cresci**

**Nasci e cresci** a passear nestes campos e para mim estão carregados de um simbolismo enorme.

Trata-se de artefactos extra-ordinários que podem constituir motivo de direito próprio para uma visita (por ex. quando privilegiam a componente da *bricolage* ou quando adoptam uma narrativa puramente ficcional, perante os quais o contexto de implantação é secundário e veicular). Mais comum, porém, e mais bem aceite pela ética do jogo (*cf.* acima, p. 225) é que complementarmente elas justifiquem a sua existência apelando à excepcionalidade do lugar, segundo ditames relativamente aos quais o modelo do *tourist gaze* de Urry e Larsen (2011, p. 14) se revela útil, sugerindo cinco formas possíveis de sustentação da satisfação proporcionada pela deslocação como elemento de quebra da rotina e de divisão entre o que é tido como comum e banal e digno de deslocação, meritório e visualmente excepcional:

1. *apelo à unicidade do objecto ou ao carácter cultural sagrado do sítio ou da vista* (e.g., a maior queda de água em Portugal, o ponto mais alto da Estremadura, o local onde previamente à batalha de Ourique se atribuí a D. Afonso Henriques ter tido uma visão...);
2. *apelo a signos de tipicidade* (isto é, a marcos reconhecidos como iconográficos na cultura popular – e.g., o “espigueiro”, o “moinho”, a “azinha” ou a “arte xávega” como elementos da etnografia regional);
3. *apelo à observação de aspectos incomuns de algo anteriormente pensado como sendo familiar* (e.g., a visita ao interior das nascentes que alimentam o Aqueduto das Águas Livres);
4. *observação de aspectos comuns da vida social levados a cabo em contextos incomuns* (e.g. o convite à observação da vida comunitária no contexto agro-pastoril e em vias de extinção de uma aldeia tal Rio de Onor);
5. *apelo à observação de signos que em certo contexto convertem um objecto ou prática de outra forma tidos como banais em algo de extraordinário* (e.g., contextualizando a presença de um dado conjunto de rochas na paisagem no quadro da evolução geomorfológica, chamando a atenção como afloramento basáltico excepcional ou por efeito de deslocação através das forças titânicas de um glaciar).

A estas estratégias típicas o geocaching adiciona ou menos quatro, como traço seu:

6. *apelo a uma narrativa puramente ficcional e inteiramente imaginária*<sup>190</sup>, que confere a um lugar de outra forma incongruente uma aura de mistério, dotando-o de um significado que só lhe pode ser reconhecido no quadro da estória em seu torno engendrada;
7. *apelo a referências culturais pré-existentes, porém sem qualquer relação à partida com os lugares concretos*. Por exemplo, apelando às **culturas do fandom** (tipicamente a bandas e cantores *pop*, séries de ficção ou personagens cinematográficos) ou a motivos literários – *e.g.* escolhendo um dado local como tendo características que recordam a descrição por ex. de Mordor em J. R. Tolkien<sup>191</sup> - tendo em vista homenagear autores ou personagens de outra forma sem nenhuma espécie de relação com o local que não a predilecção do *owner*;
8. *apelo à significância biográfica pessoal* (como se viu nas citações acima, tipicamente o de outra forma banal local onde o *owner* “nasceu”, “cresceu” ou “viveu”; convertendo-o e às suas memórias em motivo de “atração” intimista);
9. *apelo à aumento do lugar através da interface programática* (designadamente através das caches do tipo Wherigo que permitem instaurar percursos orientados pela imposição de objectos virtuais sobre os locais).

Para aferir o peso das estratégias supra no geocaching e os tipos de *vista* extraordinária a que apela, uma vereda possível consiste na observação da prevalência lexical (isto é, da frequência da ocorrência das palavras) nos textos que acompanham/apresentam as geocaches<sup>192</sup>.

Em primeiro lugar, relativamente à moldura convencional de Urry, tal exercício (veja-se o Das Geocaches como marcadores, p. CXXVI e seg.s, em particular as Figura M.1, Quadro M.1 e Quadro M.2), confirma a sua formulação sob a forma de convite, sujeito a fórmula lapidar, declarando em aprox. 30% dos casos o objectivo textual de proporcionar a experiência de “levar a conhecer” um local, e a empreender um “percurso”, “caminho” ou “trilho” feito como um “passeio”, preferencial através de uma “caminhada” a “pé”, cuja significância do que é “belo” ou “especial” é entre outros aferida (vejam-se igualmente as citações exemplificativas infra):

- Pela **pulcritude natural, cénica ou inóspita** (destacando-se a especial atracção exercida pela presença da “água” - incluindo tópicos tais “rio”, “fonte”, “ribeira”, “mar” e “lagoa” - mas também a “paisagem” e o “alto” passíveis de serem encontradas na “serra”, no “monte” e nos pontos de implantação do “vértice geodésico” de onde se pode “observar”)
- Como **lugar de refúgio dentro da “cidade”** (“parques” - mencionados em 11,37% dos casos - e “jardins” urbanos), incluindo, no detalhe, a chamada de atenção para determinado tipo de equipamento mormente de lazer (ciclovias, parques infantis, mas também centros interpretativos)
- Pelo que **iconicamente traduz dos usos e tradições locais** (destacando o “concelho”, a “freguesia”, a “terra”, a “vila”, a “aldeia”, o “campo” e a “vida” do seu “habitante” tipo, bem como marcos iconográficos tipicamente situados, tais o “moinho” ou a “estação”);
- Pela chamada de atenção para património edificado abandonado (**lugares esquecidos**) e pelo motivo “histórico” (17% dos casos) enfatizando vocábulos em que surgem como motivo a nostalgia do “tempo”, o facto de ser “antigo” ou “velho”, de pretender a um dado “século” ou “época”, estando associada acção de determinada “real” pessoa (para uma análise da prevalência do tipo de património edificado visado *cf.* acima, p.186).

Resolvemos dar a conhecer a que se segue, por pensarmos, ser a menos conhecida.

<sup>190</sup> *Cf.* por mero ex. a geocache GC5XAFZ sobre um “universo alternativo”.

<sup>191</sup> *Cf.* por mero ex. tendo como motivo os Beatles as geocaches GC52H1Y, GC480WD, GC2ZFXN e GC1GB4Q; inspirando-se no universo literário de Tolkien as geocaches GC5TDG7, GC5WNC3, GC4XCT6, GC52MMD, GC52MKB, GC52MF8, GC4C4YP, GC3D2WK, GC405FW, GC3C7J6, GC3B4G2, GC277BG, GC2HWAH e GC1N9D1; ou ainda, inspiradas em romancistas portugueses, as GC4VEV7, GC4VERNG e C4VERQ.

<sup>192</sup> Incidindo sobre os campos “Nome”, “Descrição Curta” e “Descrição Longa” da totalidade das geocaches publicadas até Agosto de 2015.

Esta cache pretende dar a conhecer este bonito parque "meio esquecido" na cidade do Porto.

Esta cache pretende levar os geocachers a conhecer este pequeno local que está situado, nas zonas altas de Santa Cruz

O objectivo é dar a conhecer, através desta pequena caminhada, talvez já conhecida por alguns uma destas pontes e desfrutar da natureza.

Objectivo desta cache é dar conhecer um pouco da nossa história. Proporcionar aos geocachers um passeio agradável e registar alguns momentos para a posterioridade.

Esta cache pretende dar a conhecer esta paisagem convidando os geocachers a apreciar além da paisagem natural, os barcos da arte da xávega, as aves.

O espaço que vão ficar a conhecer ao fazer esta cache é uma agradável ponte num discreto recanto da Mata Nacional de Leiria.

Por forma, a dar a conhecer esta pequena gruta, a cache foi colocada no seu interior,

A ideia é dar a conhecer a cultura, património, gastronomia e desta freguesia

O objectivo desta cache é dar a conhecer um espaço tranquilo e muito agradável para passar uma tarde.

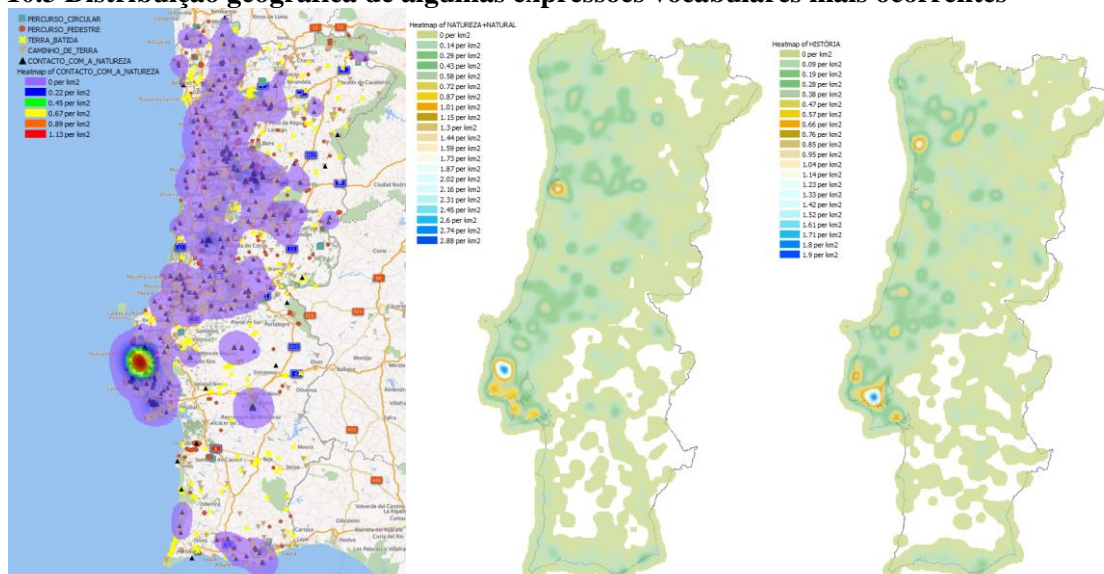
O objectivo desta cache é levarmos a conhecer mais um recanto da Serra de Sintra e pôr o vosso olfacto à prova, através da identificação de containers com diversos tipos de chás

Esta cache leva-vos a conhecer uma das mais belas vistas da zona de Cascais

Exemplos do tipo de descrições que acompanham algumas geocaches.

A associação vocabular permite ainda descortinar a prevalência de cerca de 780 *clusters* semânticos correspondentes a motivos narrativos particulares. Entre os quais, significativamente, a recuperação por homologia do tema da “peregrinação” (566 casos, 1,08%), em particular na figura das antigas vias que levavam a Santiago de Compostela (coincidindo com os esforços de promoção do turismo galego); o tópicos das “linhas”, alternadamente das vias férreas abandonadas e das “Linhas de Torres”, associadas às invasões napoleónicas (1666 casos, 3.18%), bem como o apelo da Geodesia, do “vértice”, “talefe” ou “pinoco” (3089 casos, 5,9%) como objecto histórico e monumento informal cujo pedestal coroa a serra. Saliente é ainda o tema do “desporto” associado a um “clube” e mais frequentemente à modalidade “futebol” (6,49% dos casos).

**Figura 10.3 Distribuição geográfica de algumas expressões vocabulares mais ocorrentes**



Já uma distribuição espacial da utilização de alguns termos-chave, em particular

“natureza+natural” e “história” (Figura 10.3), incluindo a sua densidade (por km<sup>2</sup>), confirma que os primeiros constituem um referencial maioritário, destacando-se, não obstante, relativamente aos grandes pólos atratores, que enquanto o motivo “natural” se encontra, a Sul, deslocado para a zona Oeste (coincidindo os seus pólos com os motivos excursionista da “serra”, respectivamente de Sintra e com a orografia acidentada dos concelhos a Norte de Lisboa até Montejunto), e para a zona da Ria de Aveiro, a Norte, no caso dos tópicos históricos regista-se uma coincidência com os perímetros dos grandes núcleos urbanos, traduzindo aí a maior densidade de motivos monumentais.

Numa interpretação comum, atribui-se às plataformas locativas como o geocaching a actualização do processo de “marcação” sugerido por MacCannell, instituindo “jogos de cultura” com o ambiente. Levando os jogadores a integrarem a sua percepção situada dele no mundo da informação georreferenciada, aumentando-o através da rede. Os seus artefactos constituiriam assim “objectos fronteira” que se moldariam aos contextos individuais, mantendo simultaneamente coerência como experiência reconhecidamente colectiva e transcultural (Hjorth & Richardson, 2014, pp. 141-142). Seja, como partilha e cruzamento de contextos, referências e preocupações que *mediatizariam* os locais e *geografizariam* os média e em que, no caso, é possível que cada geocache encerre a contradição de situar e definir os limites internos do círculo mágico do jogo em função de referências que efectivamente lhe são externas, numa espécie de “pós-localismo” ou de “localização para além dos lugares” cujo efectivo peso urge avaliar.

Assim, em segundo lugar, relativamente às peculiaridades do jogo locativo, de forma a obter um instantâneo do tipo de colações culturais espúrias que as geocaches trazem aos sítios, um atalho pode consistir em isolar e identificar as entidades nomeadas (isto é, convocadas como motivo revelante na sua descrição), tendo presente que nesse caso nos interessa menos o puro volume, do que a tentativa de aferir o peso e tentar fazer sentido das tendências através da agregação dos casos particulares e mais escassos. Interessa, em suma, aferir até que ponto de facto existe migração e porosidade dos contextos culturais e estes tendencialmente se manifestam para além da - e arbitrariamente em relação à - “pura” geografia e à configuração seja material seja convencional dos lugares.

Para este último fim, a partir da observação diagonal das 30567 entidades reconhecidas pela ferramenta WordStat, na inviabilidade prática de proceder à sua categorização individual, experimentámos em alternativa fazer sentido dos dados aplicando ao universo das geocaches um conjunto de léxicos temáticos, agrupando um total de 2800 entidades em 18 categorias (média de 156 itens por categoria)<sup>193</sup> contra as quais testámos o *corpus* das descrições que acompanham as geocaches (veja-se, no Anexo, o Quadro M.3, p. 127) de forma a obter alguns elementos de reflexão avulsos.

Assim, relativamente à convergência com as culturas de fãs, constata-se que as referências literárias (presentes em 2,44% dos casos) dominam sobre a cultura audiovisual (com a invocação de

<sup>193</sup> Para cada uma converteram-se listagens de popularidade (termos mais comuns) disponíveis na Internet, mormente na Wikipédia e no sítio ranker.com, este último no tocante às figuras internacionais. Tendo em vista diminuir as ambiguidades, aplicou-se ainda um conjunto de filtros de inclusão/exclusão até um máximo de 4 termos tendo em vista considerar as palavras como relevantes dentro do contexto específico em que surgem – e.g. para uma popular banda cuja designação é facilmente passível de ocorrer em contextos ao arpejo: QUEEN [QUEEN NEAR MÚSICA NEAR BANDA NEAR GRUPO NEAR DISCO /Y /D30/D30/D30/D30].

entidades relativas ao cinema e à televisão presentes em 1,1%) e sobre a melomania (0,7% dos casos), detectando-se apenas 0,69% de casos aludindo a artistas plásticos e 0,46% a arquitectos nacionais.

No plano literário, o imaginário invocado é predominantemente nacional - pontificando coincidentemente os autores integrados no plano curricular: F. Pessoa (110 casos), M. Torga (82), C.C Branco (65), Camões (53), Eça de Queirós (50), F. Espanca (48). A. Garrett (47), J. Saramago (38), A. Herculano (37) e Gil Vicente (27) *et cetera* - identificando-se apenas 37 casos de referências a autores *best-sellers* internacionais - tais J. R. Tolkien (16 casos), Dan Brown, Ian Flemming, Lewis Carroll e Paulo Coelho (3 casos cada), J. K. Rowling, G. Simenon e A. Christie (2 casos cada) *et cetera*.

Mais significativamente, a nosso ver, repartindo as referências nacionais entre os autores pré e pós século XX, malgrado os primeiros integrarem uma amostragem possível de apenas 63 contra 172, constata-se que os primeiros predominam sobre os segundos com 680 contra 314 casos. Ou seja, quando integra motivos literários, o imaginário geocacher privilegia os “clássicos” sobre os “contemporâneos” por um rácio de aprox. 6 vezes.

Em matéria audiovisual, o elemento saudade manifesta-se ainda na colação aos desenhos animados (214 casos), pontificando em primeiro lugar a recuperação da memória dos Looney Tunes (9 casos), das Wacky Races (4), dos Flintstones e de outras séries fora de produção.

Se é verdade que as práticas com os média móveis “amplificam as subjectividades interiores ao mesmo tempo que reflectem as *nuances* do local” (Hjorth & Richardson, 2014, p. 157), os dados recolhidos indiciam sobretudo o peso da presença do “retro” e da “nostalgia” em que para muitos utilizadores da plataforma locativa o elemento “imaginativo” parece sobretudo ser aproveitado como motivo de repescagem, reflexão e embelezamento do passado, tanto próprio como colectivo.

Nesta medida eles colidem com a visão afluente que pretende entender a identidade pelo estrito prisma da sociologia do consumo admitindo que contemporaneamente os indivíduos a criam através dos padrões deste e mais especificamente de prosumo digital, sem ter suficientemente presente que tal processo continua a montante firmemente dependente da cultura e do inconsciente colectivo nacional.

Sobretudo, elas dão sentido à crítica de Billig (1995, p. 127 e seg.s) quanto ao menosprezo da banalidade do nacionalismo na crítica pós-moderna descrevendo – tal Maffesoli e Bauman - a psique correspondente ao individuo em rede como “tribalista” e a respectiva cultura como obedecendo a um efeito de desbotamento do afecto (*wanning of affect*) – tal Jameson (*cf.*, acima, p. 116 e seg.s) - em que o mapeamento cognitivo alegadamente predominaria sobre o compromisso emotivo com a sociedade nacional.

Como o próprio Featherstone (2007, p. 20) admite, “pode dar-se o caso de que existam diferentes modos emergentes de identidade e de formação e deformação do *habitus* que tornam o significado do gosto e do estilo de vida mais difuso – se não através da estrutura social, ao menos em certos sectores” pelo que o “frequentemente nomeado pós-modernismo, pode não ser o resultado de uma ausência de controlos, uma genuína desordem”, e uma perda do sentido de lugar, “mas apenas um indicador de um principio integrador mais profundamente imbuído.” Especificamente, um em que o *play* continua a actuar como “controlo descontrolado”, desempenhando uma (já bem conhecida) função de válvula de

escape em que o prosumo espacial assume expressão hedonista instrumental.

De facto, a existir, a personalidade *pastiche* não parece surgir necessariamente dissociada da personalidade patriótica. A tribo ou comunhão de geocachers define a sua identidade, opta pelos seus “marcadores” e engendra a sua solidariedade de grupo auto-electivo cooptando resolutamente as referências da cultura nacional, constatando-se, ainda, por exemplo, um *best fit* em 8% dos casos relativamente à listagem da centena de “Grandes Portugueses” apurada mediante a polémica auscultação da opinião pública pelo concurso televisivo que a RTP levou a cabo em 2007 e tomada como exemplo do conteúdo da última (Quadro M.4).

Parece assim precipitado admitir que o regime de “identificação voluntária” associado à ideia das comunidades de interesses em rede como engendradas ao arrepio dos lugares dos seus integrantes seja algo de alternativo ou superveniente à fórmula organizativa da sociedade nacional; quando se constata que a “auto-electividade” propende por atrito a replicar as suas fórmulas e quando a inconsequência – “isto é só a brincar, não é a sério” (acima, p. 138) - é da natureza intrínseca do *play*.

A liberdade de instituir os próprios marcadores é secundária perante os processos que instituem as categorias daquilo a que presta atenção; selectivamente se “vê” e se concebe como sendo possível “marcar” (acima, p.188). Ver é (re)ver-se e a heterotopia das plataformas locativas continua resolutamente projectiva. Elas predominantemente reforçam o inconsciente cultural e o sentido de lugar do individuo e, quanto muito, do espaço nacional no espaço dos fluxos informativos.

## Capítulo 11 - PRÁTICA SOCIAL. AVALIAR O GEOCACHING COMO PRÁTICA ENGENDRADORA DE SOCIALIDADE

“O ‘social’ e o ‘técnico’ não são esferas separadas, mas uma e a mesma. As novas tecnologias reconfiguram as relações entre as pessoas e os espaços que elas ocupam, alterando a base da interacção social (...) cria(m) novos tipos de relações sociais e uma pletera de novas actividades e práticas.”  
Wajcman (2008, p. 66)

“A permeabilidade das várias esferas das relações humanas ainda é sobretudo teórica. Os recursos da sociabilidade são segregados em “fontes” mais ou menos focadas e separadas (...) e as pontes permitindo a circulação ou transferência de recursos de uma área para a outra são extremamente limitadas, mesmo quando a sociabilidade é canalizada através de sistemas de comunicação.”  
Gournay e Smoreda (2003, p. 64)

“Os *bünde* são mantidos simbolicamente através da monitorização activa e reflexiva da solidariedade grupal por parte dos envolvidos, por outras palavras, são altamente auto-referenciais... o *bund* é autocontido e produz um código de práticas e símbolos... envolvendo o esbatimento entre as esferas pública e privada dos seus membros.”  
Hetherington (1994, p. 16)

Como *avant-propos*, convém clarificar que para que “socialidade” e “sociabilidade” possam ser discutidas no quadro das práticas que incorporam as *affordances* das plataformas locativas, é essencial ter presente estar-se, nesta sede, a lidar com dois distintos patamares, sem a perspectivização dos quais, como galhos nem que seja apenas conceptualmente autónomos, a análise se torna difícil.

Em primeiro lugar trata-se de avaliar a dinâmica e hipotéticos efeitos sobre as relações parte da **esfera social contígua** dos actores. São aqui elementos a ter em consideração, designadamente:

- a) a forma como a comunicação se processa entre o indivíduo que singularmente se interessa pela prática do geocaching e é em conformidade levado a explicá-la aos familiares, amigos e ou colegas, seja com o fito de cooptá-los e interessá-los, como “companhia”, seja com o mero propósito de justificar a sua ausência (cujo reverso concomitante é considerar a forma como os destinatários destas interlocuções focadas podem ser introduzidos no *hobby* por endosso);
- b) as formas como as tecnologias de comunicação são ou não subsequentemente empregues neste âmbito, entre participantes, como instrumento de justificação, coordenação, organização e planeamento, mormente das deslocações (cujo reverso concomitante é a admissão de que a disponibilidade da tecnologia pode ela própria exponenciar a mobilidade e determinar arranjos sociais particulares);
- c) a forma como os diversos domínios de vida e papéis desempenhados são articulados em função da prática (no caso a actividade lúdica incorporando o GPS);
- d) a forma como a evolução da dinâmica do percurso de vida se reverte sobre e condiciona as práticas com a tecnologia (e como, em particular, os diversos “tempos” e “disponibilidades” se condicionam).

Em segundo lugar, para além desta dimensão da introdução da tecnologia em proximidade - contínua à discussão da adopção da inovação e da interacção nos encontros focados e nas relações face-a-face, melhor conhecidas - ergue-se um segundo alvo de inquérito, porventura o mais interessante e significativo para o âmbito do presente trabalho: a forma como a prática especificamente amparada na tecnologia, gerando à partida produtos e interacções no ambiente virtual, pode ou não, tomando estes como pretexto, arvorar uma dinâmica social alargada, levando ao **estabelecimento de relações entre indivíduos à partida desconhecidos e fisicamente distantes**. São neste caso vectores de análise, designadamente:

- a) se o emprego das tecnologias de localização, implicando naturalmente a deslocação, a mobilidade, a associação e construção espacializadas de significado, como traços distintivos, reúnem características que as permitam distinguir e em que medida das demais formas de comunicação mediada;
- b) a serem possíveis, avaliar qual será o carácter destas relações e designadamente compreender se podem

- chegar a ser “significativas” a ponto de serem por exemplo mobilizáveis como efectivo “capital social”;
- c) caso este último desiderato se revele viável, até que ponto ele é produto deliberado ou casual, estratégico ou tático;
  - d) e particularmente como é que ele se compatibiliza com e se confirma ou se afasta da perspectiva do “individualismo em rede” para quem as “comunidades pessoais” seriam a forma dominante e a organização em rede, o sistema operativo e a forma do tecido social das sociedades informacionais.

Isoladas conceptualmente estas duas grandes orientações, importa, finalmente, correlacioná-las. Perceber se coexistem em separado ou se se podem verter uma sobre a outra, condicionando-se hipoteticamente de forma mútua, tentando perceber ainda, neste caso, se existe alguma direcção dominante neste nexos (se a extensão da esfera social através da comunicação virtual condiciona ou é condicionada pela esfera próxima).

Tal é o esforço que tentaremos empreender nas páginas que imediatamente se seguem.

## 11.1 DA SOCIALIDADE NAS PLATAFORMAS LOCATIVAS

Na parte anterior do presente capítulo vimos como o geocaching enquanto prática contraria a influente asserção de Wittel (2001), para quem as formas de socialidade engendradas em rede não seriam narracionais mas informacionais, baseadas primariamente na troca de dados mais do que na troca de experiências mútuas<sup>194</sup> - o inverso do que se pôde observar pois no geocaching os “dados” versam sobretudo a narrativa, a proposta e a permuta de experiências.

Um tal entendimento, ainda que se procure estende-lo com a compreensão dos SRS de vocação generalista à luz do paradigma das mobilidades (Larsen, Urry, & Axhausen, 2006), para quem contemporaneamente o facto de as pessoas se deslocarem mais e prosseguirem estilos de vida móveis lhes deixaria menos tempo disponível para a socialização face-a-face, emergindo as plataformas das redes sociais como forma conveniente de se actualizarem e porem a par (espécie *catch-up* ou forma de “pôr a conversa em dia por outros meios”) daquilo que os integrantes do seu círculo de relações andam a fazer, portanto, uma forma *soft* e fática de assegurar a continuidade e o compromisso relacional, revela-se insuficiente. Sobretudo porque os processos de domesticação das tecnologias, mesmo as móveis e eminentemente pessoais, não se compadecem nem com a ideia de um ciberespaço como reino autónomo e eminentemente instrumental nem com a ideia de que a adopção tecnológica é um processo inteiramente independente dos constrangimentos e compromissos sociais que imediatamente rodeiam cada indivíduo.

---

<sup>194</sup> Abundantemente citada e tomada por adquirida (Adams, 2007, p. 144; Hunsinger, Klastrup, & Allen, 2010, p. 494; Kellerman, 2006, p. 63; Larsen, Urry, & Axhausen, 2006, p. 21; Postill & Bräuchler, 2010, p. 17) a equivalência da “socialidade em rede” (*network sociality*) por Wittel a uma forma de “sociabilidade tecnológica na medida em que está profundamente embebida na tecnologia da comunicação, na tecnologia do transporte e nas tecnologias para a manutenção das relações (...) que fornecem a infra-estrutura para as pessoas e sociedades em movimento” enferma de um óbice que podia ser desculpável em 2001, mas que hoje não pode deixar de ser assinalado: ela toma a nuvem por Juno e é gizada a partir do universo empírico da “parte interessada”, seja do universo dos profissionais londrinos trabalhando na indústria dos novos média. Rapidamente se tornou clara a impossibilidade de uma tal generalização, assumindo tacitamente que o resto da sociedade seguiria nos passos e nas práticas dos primeiros adoptantes e que, na verdade, as pessoas optam pela mobilização selectiva de entre os diferentes recursos postos à sua disposição por razões inteiramente pessoais e distintas (Bakardjieva, 2005, p. 2). Afinal, “as mesmas tecnologias podem significar coisas muito diferentes para diferentes grupos de pessoas”(Wajcman, 2008). No mesmo sentido, apontado o desajuste de Wittel face aos fenómenos supervenientes veja-se Christensen e Jansson (2008, pp. 220-221).



O resultado da incorporação das tecnologias da comunicação na vida social não tem necessariamente de ser visto a preto e branco, como oposição entre o próximo e o distante, o face-a-face e o anonimato tendencial, o “físico” e o “virtual”, o “narrativo-experiencial” e o “informacional-veicular”.

Particularmente, os SRS com incorporação da localização distinguem-se pela capacidade de recentrar a comunicação na experiência, fazendo dela o fio narrativo e o motor de interações que permitem mais facilmente vir a aproximar os à partida “estranhos” do círculo íntimo. Em acréscimo, uma vez que a actividade está eminentemente orientada para a exploração e deslocação no próprio espaço físico, a sua passibilidade de gerarem encontros reais é muito superior.

Assim, se em geral o problema da mobilização das relações em rede e da constituição de laços fracos à distância passíveis de ser convertidos na prática em capital social se prende essencialmente com a dificuldade em gerar reciprocidade e solidariedade em condições de descontinuidade e se, como ironizava Kolb (acima, p.82), é bom ter um leque de contactos sociais mais alargado, porém obter algo como um compromisso de almoço com alguém ou um emprego torna-se muito difícil uma vez se passe além de uma separação em primeiro ou segundo grau dentro de uma rede social, no essencial as plataformas de localização fornecem oportunidades particulares para que estes “almoços” se concretizem, seja como ocasiões de repasto *de facto* (não por acaso o tema da comida e dos locais onde ela se pode consumir é um tópico proeminente nas plataformas locativas, constatando-se igualmente que os “eventos” de geocaching, inclusive os que conhecem ocorrência regular, envolvem invariavelmente uma refeição) seja de forma mais genérica gerando situações de co-presença (isto é, de encontro “no terreno”) – a ênfase na necessidade intermitente das quais é precisamente assumida, numa leitura mais abrangente do que a aquela para que remete Wittel, por Urry (2002a), como traço distintivo face à análise de redes e à tese do *small world* (Milgram, 1967), inspirada em Granovetter, cuja ideia da “força dos laços fracos” é sedutora mas dificilmente observável na prática.

A ideia dos “seis graus de separação” (Watts, 2003) através dos quais todos os indivíduos estariam no limite ligados por uma relação comum (Furht, 2010, p. 594), aplicada às redes telemáticas, salienta que as pessoas estão naturalmente separadas por um pequeno número de elos. Porém para que façam a descoberta dos laços que têm em comum e os activem, gerando confiança por endosso e tomando disso consciência, é necessário que se encontrem e nesta medida um incremento da mobilidade potencia estes encontros. O “importante”, afinal, não é que as pessoas possam ter conhecidos em comum, mas que se cruzem e tomem disso consciência pois a potencial proximidade social é relevante, mas é ainda mais importante criar oportunidades para que os vínculos se formem e mantenham.

Pretender, não obstante, atribuir ao tipo de peripatetismo permitido pelo geocaching o resultado inevitável de levar as pessoas a encontrar outras e a descobrir as relações que têm em comum, construindo assim “relações significativas” (seja, mobilizáveis em ordem à prossecução de objectivos pessoais) seria excessivo. Aplicada ao lazer a pura lógica probabilística e essencialista da análise de redes, enfatizando as propriedades destas, não basta.

A sua potencialidade de engendrar capital social é outra e opera aí segundo mecanismos mais

comuns e de antemão conhecidos; pela comunhão emocional que o jogo suscita; pela *mimesis*, pela *agôn* e pelo *ilinx*, na asserção de Caillois ou ainda, se se preferir, dentro da sociologia configuracional de Elias quanto ao jogo como parte do processo civilizador, pela **capacidade de gerar formas de “lazer comunitário”** ou *“lazer-gemeinschaften”* (Elias & Dunning, 1992, p. 148), criando *cadeias de interdependência* (Elias, 2008, p. 73) **em que a sociabilidade emerge como acto prazenteiro a partir da estimulação emocional resultante da interacção voluntária com os outros, suscitando sentimentos de proximidade e de camaradagem.**

Mais significativo do que as *affordances* estruturais das “redes” telemáticas (a tecnologia) em género é a natureza das “práticas em rede”, do tipo de informação que elas convocam e das performances que efectivamente as podem converter em instrumentos de efectiva vinculação. Quanto mais envolvente/imersiva for a actividade, maior e mais eficiente é tal possibilidade.

Neste caso, **no seio dos jogos móveis locativos a especificidade do “capital da/em rede” (*network capital*)** (Larsen & Urry, 2008; Larsen, Urry, & Axhausen, 2006, p. 61) **ou “capital sociotécnico”** (Resnick, 2002) **emerge menos da conduta estratégica e racional deliberada e mais como efeito tácito, formando-se os laços não tanto por uma lógica calculista pré-determinada, mas sobretudo como resultado da festividade da prática, da partilha do estado de “excitação” que ela suscita e, próprio do seu “descontrolo controlado das emoções”, da espontânea e perceptivelmente “autêntica” revelação pública da intimidade, cruzamento de rotas (percursos) e raízes (motivos de identificação), de que os sentidos de “comunhão” ou de “comunidade” emergem**

Neles, a importância da “co-presença”, como presença simultânea, cede sobretudo lugar a um mecanismo de **“presença co-diferida”**<sup>195</sup>, **como partilha de um foco de atenção em que os interlocutores de facto chegam a estar presentes no mesmo sítio, ainda que em tempos distintos, sobre ele dialogando.** Este motor e esta partilha/troca, em que o *feedback* é acompanhado de uma deslocação real, conjugando *ethos* e *hexis*, espécie de intersubjectividade e de moral realizada mais do que instituída por dever (Bourdieu, 1990a, p. 12), na qual a recriação do pensamento (de quem sugere a cache) acompanha a acção corporal (dos que a buscam), tem o potencial de gerar um tipo de solidariedade mais forte do que aquele a que nos habituámos a ver como sendo atribuídos às comunidades virtuais.

O jogo e em especial o jogo locativo social (distinto do jogo em que se tem como parceiro um dispositivo), empreendido em mobilidade, não de forma acidental (como quando se ocupa com o telemóvel o tempo morto enquanto se aguarda o autocarro), mas deliberada (tendo como objectivo a descoberta e exploração mutuamente orientada dos lugares), cria condições para um alargamento dir-se-ia “serendipitivo” e convivial da teia relacional; um em que a sociabilidade emerge não como procura

---

<sup>195</sup> Nesta medida as tecnologias locativas estabelecem uma diferença face ao que Larsen, Urry & Axhausen (2006, p. 111 e seg.s) baptizam como “mediação da co-presença”. Enquanto nesta última o ónus repousava na forma como através do telemóvel as pessoas se mantinham em contacto com as suas redes, sentindo-se em conformidade “acompanhadas” nas suas deambulações, porém ao arrepio e com irrelevância do espaço, com a localização da informação os dispositivos móveis convertem-se em ferramentas de interpelação do e a propósito do próprio ambiente. Assim elas permitem que as pessoas se comuniquem e se encontrem em função do contexto físico, chamando para ele a sua atenção e promovendo-o a factor discursivo e a elemento de consumo.

deliberada, pois de facto, a generalidade dos indivíduos dá-se por satisfeito com o círculo relacional que já detém e para que eminentemente se orienta, mas como seu subproduto.

Por oposição à perspectiva do *homo clausus* (Dunning, 1999, p. 10; Loyal & Quilley, 2004, p. 5 e seg.s), para onde de outro modo o equacionamento do jogo com os próprios dispositivos computacionais tradicionalmente remete, na sua faceta potencialmente mais benigna, as plataformas de jogos móveis locativos podem assim permitir ao indivíduo realizar-se como *homo aperti* e interdependente, levando-o a encontrar no carácter liminóide da sua ludicidade uma ponte para o outro e uma fonte potencial seja de *bonding* seja de *bridging* (Putnam, 2000, p. 22; Svendsen & Svendsen, 2009, p. 4),

Entre os respondentes ao nosso inquérito, os resultados da resposta à questão em que se pedia para ordenarem os factores mais apreciados ao fazer uma geocache, em função de oito hipóteses de escolha (Quadro 11.1) repartidas por quatro eminentes categorias (Quadro 11.2), colocam a descoberta do lugar como principal factor de gratificação, seguido pelo convívio social e só depois pelo acto da deslocação, pela utilização da tecnologia e pelo desafio intelectual.

Significativamente, porém, enquanto o interesse pelo lugar revela um predomínio da abertura ao novo, ao desconhecido e à surpresa, a dimensão relacional propende à partida notoriamente para o familiar, para o conhecido e para o convívio com “amigos e familiares” de preferência a “conhecer novas pessoas”. Neste particular os resultados não diferem substancialmente dos obtidos há uma década atrás por Chavez (2004) nos E.U.A em que analogamente a busca do “cenário”, e da “experiência da natureza” prevalecem sobre o apelo do “uso do equipamento” e em que em matéria social o “estar com a família” surge substancialmente acima do “conhecer pessoas parecidas comigo”, ainda assim preferido a “conhecer novas pessoas”.

Retrospectivamente, a formulação da questão não se revela a mais adequada na medida em que a interpretação das opções dadas remete eminentemente para a busca do encontro físico e focado com o outro quando subsequentemente os indícios que se têm recolhido apontam para que a essência espoletadora da sociabilidade nas plataformas locativas se traduz num regime de presença co-diferida. Ela é sobretudo função e consequência do jogo e não o seu impulso; os indivíduos dialogam porque tiveram a experiência de terem estado no mesmo sítio, mas em instantes diferentes.

De facto, que nas plataformas locativas os indivíduos estejam animados pelo impulso de procurar lugares e não outras pessoas/relações é redundante e algo que se poderia antecipar à partida, porém que adiante se constate que na prática do jogo revele ser tanto mais intenso e bem-sucedida quanto inadvertidamente ou não a dimensão relacional se introduz na equação torna-se mais interessante, indiciando, primeiro, que é a permuta entre actores que sobretudo torna a sua experiência significativa e, segundo, que para fatia não negligenciável dos seus jogadores, induzir como *spin off* compromissos a que se não fora ele não se sujeitariam é uma possibilidade paralela à intensidade e ao sucesso da sua prática (porque quem joga mais não são os jogadores isolados ou que que acompanham os que lhe são próximos, mas os que de facto estabelecem relações novas).

Este indicador de tendência global pinta, todavia, um retrato que precisa de desagregação,

tentando discernir alguns perfis-tipo dentro do universo do *hobby*. Exercício que seguidamente se empreende

**Quadro 11.1 - Factores apreciados na experiência do geocaching (ordenação).**

	Média	Soma	Mediana	Desvio padrão	N válido	Posição Ponderada (Soma/495)*
Descobrir um sítio novo	1,67	829	1	1,07	495	1,67
Conviver com os meus amigos e ou familiares	3,31	1488	3	1,80	449	3,01
Redescobrir um local conhecido com novos olhos	3,26	1513	3	1,74	464	3,06
Resolver um problema	4,51	1970	4	2,07	437	3,98
O acto de me deslocar	5,04	2062	5	1,83	409	4,17
O esforço físico	4,97	2098	5	1,76	422	4,24
Conhecer pessoas novas	5,52	2213	6	1,99	401	4,47
Usar a tecnologia	6,22	2502	7	1,85	402	5,05

Notas: 1 = 1º lugar (logo, valores menores revelam a atribuição de maior importância)

\* Considera o peso das omissões significativo, como indicação de irrelevância.

**Quadro 11.2 – Familiaridade versus novidade**

	Conforto/Proximidade/Familiaridade/ <i>Bonding</i>	Desconforto/Distância/Novidade/ <i>Bridging</i>	Média
acto da deslocação	4,17	4,24	4,20
lugar como descoberta	3,06	1,67	2,37
tecnologia como problema	5,05	3,98	4,52
pessoas como convívio	3,01	4,47	3,74
Média	3,82	3,59	

## 11.2 TIPOS DE GEOCACHER E ORIENTAÇÕES PARA A SOCIABILIDADE, O CONHECIMENTO E OS LUGARES

Complementarmente aos “factores mais apreciados ao fazer uma geocache”, numa das questões colocadas no inquérito convidou-se os geocachers a que reflectindo sobre a sua experiência no *hobby* em geral fizessem dela um balanço, ordenando por ordem do grau de identificação para com elas sentido três afirmações relativamente ao principal tipo de benefício que o geocaching lhes trouxe. Especificamente, estas eram:

- “O principal contributo do geocaching para a minha vida foi ter-me levado a conhecer **novas pessoas**”
- “O principal contributo do geocaching para a minha vida foi ter-me levado a conhecer **novos lugares**”
- “O principal contributo do geocaching para a minha vida foi ter-me levado a adquirir **novas competências**”

No caso de não se se identificarem com alguma afirmação era igualmente possível deixá-la de fora da ordenação. Nesse caso ela foi considerada como “irrelevante” (sem peso), tendo-se, não obstante admitido que tal omissão era em si significativa.

Dos 513 geocachers, 18 não responderam (isto é, não escolherem nenhuma das três opções, tornando-se impossível saber se foi por desatenção, por rejeição ou não identificação com a questão ou mais provável e simplesmente por economia de tempo) tendo-se em conformidade considerado válidas 495 respostas, com a repartição de que se dá conta nas tabelas adiante.

A utilização do conceito de “competências” (terceira hipótese de escolha) não está isenta de

crítica na medida em que hipoteticamente pode ser interpretado ora como habilidades processuais e eminentemente sociais ora como capacidades eminentemente instrumentais, relativas à aptidão de mobilizar conhecimento e ferramentas para a execução de uma tarefa específica. No contexto, admite-se não obstante que por “competências” a colação dominante vai no segundo sentido, traduzindo-se na aquisição de habilidades seja de destreza intelectual, relativas por exemplo ao manuseamento das ferramentas digitais, aos diversos tipos de anotação das coordenadas de localização, aos diferentes formatos de permuta dos dados, à passibilidade de adquirir conhecimentos específicos para resolver certos enigmas etc... seja de destreza física, relativa à facilidade em executar pequenas tarefas como escalar rochas, executar e dissimular contentores *et cetera*.

Assim, a resposta deveria constituir um indicador passível de aferir a repartição da população geocacher em função da priorização da gratificação em função da sociabilidade e das relações sociais, da exploração e deslocação no meio e relativamente à aquisição e exercício de capacidades e do uso da tecnologia *per si*, respectivamente.

Subsequentemente, cientes dos seus limites e da linha judiciosa de acordo com a qual “a análise de *clusters* é uma técnica multivariada que não possui sólidos fundamentos teóricos e que procura agrupar objectos mais ou menos homogéneos segundo critérios mais ou menos heurísticos”<sup>196</sup> (Maroco, p. 419 e seg.s) no tratamento dos dados, procedeu-se à classificação das respostas em *clusters*, explorando-se as diversas possibilidades de técnica estatística para tal fim, hierárquicas, não hierárquicas e mistas tendo-se em conformidade chegado satisfatoriamente a um total de quatro, com uma medida de coesão bastante elevada (vede Quadro 11.3), a partir do emprego inicial da análise hierárquica usando método de Ward e subsequentemente do agrupamento não hierárquico usando o método de optimização por médias (*K-means*).

Estes *clusters* revelaram-se consistentes com a resposta a outras questões de medida análoga sendo ainda aprofundáveis mediante o cruzamento com dados objectivos (seja, independentes da reflexão consciente dos sujeitos), obtidos directamente das estatísticas de performance dos geocachers que forneceram o seu nome de utilizador no respectivo sítio (neste sentido veja-se como especialmente significativas a Quadro e a Quadro 11.8). Permitem assim sugerir alguns “perfis-tipo” de geocacher (de

---

<sup>196</sup> Em conformidade, é sempre possível colocar em causa a opção pelo trinómio *empregue* e a respectiva angularidade. Do nosso ponto de vista ele justifica-se por quatro ordens razões: primeiro porque se filia numa linha interpretativa com precedentes – por exemplo de Lefebvre, quanto ao espaço como físico, material e social, de Harvey enquanto absoluto, relativo e relacional e da Teoria da Actividade quanto à construção de significado através da mediação tecnológica enquanto produto das interações entre indivíduos, ambiente e objectos; segundo porque o estudo do jogo através das tecnologias locativas remete para a compreensão da relação entre pessoas, lugares e tecnologias e para a respectiva hibridização; terceiro porque, em conformidade com o proposto, o sentido dominante de análise é qualitativo e a tipologia edificada não tem como pretensão encaixar o pleno das nuances ou sequer lograr estabelecer relações causais, mas simplesmente construir uma ferramenta que auxilie a fazer sentido da realidade, pretende ser um ponto de partida e não um ponto de chegada, produzindo em todo o caso, como tentaremos demonstrar, resultados sobremaneira melhor fundamentados do que os precedentes conhecidos; em quarto lugar porque o seu pontilhamento não é fruto do acaso mas da observação das práticas da população visadas, seja directa seja no tocante à análise dos respectivos registos, entendendo-se ser a aproximação mais adequada para a poder segmentar e sobretudo aferir do peso nela da componente sociabilidade e da atracção pelas e sobre as relações sociais.

que se dá tradução gráfica na Figura 11.1).

Como é sabido, o estabelecimento de tipologias pode ser um instrumento valioso quando permita combinar valores de variáveis teórica ou substantivamente relevantes que permitam enquadrar e caracterizar os membros de uma da população dentro de dadas classes, permitindo pintar tendências particulares dentro de fenómenos gerais, justificando-se na medida em que auxiliem a sua compreensão (Becker, 1998, p. 224; Ragin, 1987, p. 149).

#### Perfil 1, Capacitadores Activos.

Correspondentes a 50 indivíduos e 10% dos casos válidos.

Atribuem eminentemente valor às **Competências**, em segundo lugar aos Lugares e em menor grau às Pessoas.

Tal como no caso do Perfil Tipo 3, retiram satisfação do geocaching através do conhecimento e habilidades que este os leva a desenvolver, destacando-se, porém, pela ênfase que colocam no “esforço físico” - medida em que os qualificamos de “ativos” (i.e., atribuindo prioridade à acção sobre o ambiente como actividade motora). São acima da média homens; mostram uma predilecção maior por caches do tipo enigma ou mistério que propõem puzzles em que é preciso resolver problemas e encontrar soluções. Para eles o geocaching surge analogamente à orientação, como modalidade pedestre, que os leva a sítios e por vezes até a conhecer pessoas.

Revelam um índice abaixo dos demais em matéria de realização (“Experimentar a satisfação de ter completado uma tarefa relativamente à qual tinha anteriormente sentido dúvida ou tensão”), passível igualmente de ser interpretado como sinal de autoconfiança. Evidenciam valores baixos em matéria de zelo e de expressividade (interesse pela possibilidade de através do geocaching “Criar algo ou exprimir-se de forma criativa”). Têm uma prática de execução tendencialmente mais solitária do que os misóginos, fazendo menos do que qualquer outro grupo o geocaching com amigos.

#### Perfil 2, Exploradores sociais.

Correspondente a 309 indivíduos e 62% dos casos válidos. De longe o grupo mais numeroso.

Têm uma repartição de género equilibrada (em termos relativos, dentro do que a amostra recolhida permite conhecer) e a par dos socializadores manifestam maior tendência para apresentar e tentar interessar outras pessoas pelo geocaching.

Orientados **unanimemente para o Lugar e em segundo lugar, em porções idênticas, alternadamente pelas Pessoas ou pelas Competências**. Podemos, em conformidade, reparti-los em duas metades iguais:

- o *Exploradores-convivas*. Verossimilmente retiram satisfação da dimensão social do jogo e da possibilidade de se sentirem integrados numa comunidade com a qual interagem, e que lhes dá a conhecer pontos de interesse para as deslocações.
- o *Exploradores-capacitadores*. Não desdenham a interlocução, porém mais do que ela, valorizam a componente veicular, apreciando a execução da tarefa e os instrumentos e processos que a rodeiam, incluindo a superação de desafios pessoais e motores,

#### Perfil 3, Exploradores misóginos.

Correspondente a 58 indivíduos e 12% dos casos válidos.

Orientados unanimemente para o **Lugar e parcialmente pelas Competências declaram, no entanto, nulo interesse pelas Pessoas**.

Optamos por os qualificar de “misóginos” e não por exemplo de “solitários” na medida em que no cruzamento com a questão relativa aos tipos de companhia com que costumam fazer geocaching revelam índices de execução a sós e na companhia de familiares e amigos idênticos aos demais perfis, excepção feita ao indicador “com amigos que fiz através do geocaching”, no qual se situam abaixo de qualquer outro grupo. São igualmente os menos comunicativos (isto é, os seus indicies de produção de registos escritos e visuais na plataforma virtual estão muito substancialmente abaixo dos demais, indiciando que são menos propensos à “partilha” na esfera comunicativa virtual, vivendo um horizonte relacional dentro do jogo feito de laços próximos).

Incluem uma fatia desproporcional de mulheres (21 mulheres contra 27 homens) face à razão deste género na população geocacher em geral, sem que, porém, este “desvio” se faça acompanhar de diferenças de idade ou estado civil, o que indicia tratarem-se de namoradas, companheiras e esposas que foram

introduzidas na actividade pelos pares. Tendo provavelmente abraçado o geocaching por “arrasto” de interposta pessoa não chegam a desenvolver laços sociais em função dele.

Revelam igualmente o menor compromisso com o “zelo” na manutenção das caches e valores abaixo dos outros grupos no que toca as componentes de sociabilidade relativamente à comunidade, designadamente atribuindo menos importância a “Sentir que as outras pessoas se preocupam comigo” e a “sentir que pertencem a um grupo eclético reunido por um segredo”.

Preferem acima da média caches tradicionais e caches Wherigo (neste último caso, pronunciadamente homens) e abaixo da média Mega-eventos, sendo igualmente avessos a participar em eventos no geral (apenas 2 casos em 48). Ainda que o tempo médio de permanência na actividade seja idêntico para os quatro grupos, este é de entre eles aquele que tem os rácios de execução mais pequenos, isto é, são o grupo menos activo. O respectivo desvio padrão é igualmente o mais elevado o que indicia que paralelamente é um *cluster* estatístico que tanto agrega alguns “lobos solitários” de há muito tempo como pode corresponder a uma postura transitória a partir da qual os recém-chegados progridem para outros perfis ou porventura abandonam a actividade.

#### Perfil 4, Socializadores.

Correspondente a 78 indivíduos e 16% dos casos válidos

Orientados unanimemente pelas **Pessoas, em segundo lugar repartem-se entre os Lugares e as Competências, com predomínio dos primeiros.** Fazem amigos através do geocaching e apreciam todo o tipo eventos mais do que qualquer outro grupo.

Têm os rácios de execução (consumo e produção de caches) mais elevados com igualmente os mais elevados desvios padrão respectivos, o que indicia que se repartem em dois subtipos: aqueles para quem a competição é efectivamente indiferente (*socializadores altruístas*)<sup>197</sup> e os outros para quem a sociabilidade será uma estratégia para aumentar a competitividade, como consciência da importância do “capital social” (aproximadamente 1/3 dos socializadores), é entre últimos que se encontram os jogadores de maior sucesso (*socializadores competitivos*).

Este *cluster* constitui aparentemente a espinha dorsal do geocaching. Segundo declaram, o seu interesse pelo espaço e pela tecnologia é secundário ao seu interesse pela pessoas, revelam mais do que qualquer outro grupo retirar da actividade índices elevados de alheamento, descoberta, camaradagem e excitação, e a par dos exploradores sociais simpatia e expressão.

Por conseguinte sendo o grupo que mais caches coloca, mais activo e mais gratificado são ainda os que mais se identificam não com os lugares, nem com as competências, mas com as relações obtidas.

Assim, independentemente de os *clusters* identificados poderem corresponder validamente a efectivos “tipos-ideais” dentro do geocaching e em todo o caso certamente não os esgotando (uma tipologia é inerentemente uma simplificação imposta segundo dadas categorias tidas por especialmente relevantes a uma realidade de outro modo potencial e infinitamente heterógena), é no entanto seguro concluir do cotejamento dos dados que tendo o jogo sido instituído em função da disponibilidade tecnológica a sua experiência é mais significativa quando permite abarcar a dimensão relacional e é desta e das pessoas mais do que da tecnologia que ele retira adesão e sucesso para quem nele persiste. Embora os lugares sejam o referente unânime, **a gratificação, a julgar pela coincidência entre o interesse pela sociabilidade e os índices de satisfação, constrói-se sobretudo em função do seu**

<sup>197</sup> Tal pode ser melhor entendido recorrendo por exemplo à “Teoria do Poder-Estatuto das Emoções”, gizada por Theodore Kemper (1978, 2011) - vejam-se ainda particularmente os dois capítulos de síntese e actualização da sua autoria em Stets e Turner (2006, pp. 87-113) e em Stets e Turner (2014, pp. 155-177), respectivamente – a qual postula que todas as relações envolvem alguma forma de concessão ou recepção de *status* e ou evitação da punição. Assim, o comportamento “altruísta” pode constituir igualmente uma forma sublimada de reclamação de reconhecimento dentro do grupo e de obtenção de um estado de satisfação consigo próprio correspondendo, no caso, por oposição à estratégia *consequente*, a curto prazo, de *boasting* (gabarolice) dos socializadores competitivos, reclamando “admiração” pelos feitos e um sentimento de “poder” pessoal adveniente da “vitória” dentro do jogo pela superação do outro, ao privilegiamento de uma estratégia *antecipatória* a longo prazo. Uma em que a posição é reforçada pela aposta na “elevação” como resposta emocional a um acto de conduta moral exemplar (Algoe & Haidt, 2009); pela adopção de uma forma de “humildade”, em que paradoxalmente a abdicação da luta pelo reconhecimento pretende ela própria ser como tal dele alvo.

### **encontro com as relações.**

De outra forma, obviamente coloca-se a tentação de formular a questão: os socializadores são os mais activos, porém são mais activos por ser socializadores ou são socializadores porque mais activos? Ou eventualmente ambas as condições são função de outra ou outras variáveis não identificadas?

É uma dúvida que não se pode esclarecer com certeza. Porém, se considerarmos, no cruzamento com as demais questões, que os socializadores são igualmente dos que declaram menos interessados na tecnologia e no lugar etc.... será de admitir a possibilidade de que é o interesse pelas pessoas que compele ao desenvolvimento de níveis maiores de actividade e inclusive de competitividade (no jogo locativo móvel, **as pessoas competem com pessoas**, quando pelo perfil individual a colocação destas como horizonte referencial surge menorizada então a motivação, as razões para “agir”, são inferiores e o indivíduo adopta ritmos mais pausados e porventura selectivos).

Nos termos de Bourdieu as percepções tanto da importância da sociabilidade como do valor do exercício físico em particular são na definição do gosto igualmente uma função do *habitus* de classe. Assim, concomitantemente, na medida em que a respectiva qualificação é ligeiramente superior aos demais *clusters*, é possível admitir que os misóginos – que de resto, executam o geocaching em família mais do que qualquer outro, mas também mais do que quaisquer outros repudiam o interesse pelo contacto com estranhos - são indivíduos cujo sentido de distinção repudia a massa.

Não obstante a aplicação da lógica de Bourdieu quanto aos valores da masculinização no desporto como apanágio dos estratos menos favorecidos não é directamente transponível para o geocaching por duas ordens de razões: em primeiro lugar porque a generalidade dos seus praticantes (atendendo ao rendimento e à qualificação) integram a classe média, as classes “baixa” e “média-baixa” estão largamente ausentes e sub-representadas; em segundo lugar porque, em conformidade, o valor do “esforço físico”, no caso, surge dotado de uma aura de “distinção” que advém do sentimento de acesso e usufruto reservado aos locais, em si um apelo transversal ao geocaching. Não se trata de *rugby*, mas de empreender percursos numa lógica de proximidade da natureza e uma forma de actividade ao ar livre e de exercício físico tendente ao cultivo do corpo e da manutenção da forma física, consoante com os valores da “pequena burguesia”.

De outra forma, existe nos dados relação estatística consistente em diversos indicadores entre os níveis de gratificação obtidos através do geocaching e os níveis de escolaridade, de tal maneira que mais escolaridade corresponde de uma forma geral a menos realização obtida através do jogo.

Reveste-se ainda de interesse a relação entre o nível de escolaridade e inversamente a gratificação pela resolução de problemas e pela aquisição de competências (conhecimento) e pelo conhecimento de pessoas novas (sociabilidade) de tal modo que menos escolaridade se traduz em mais interesse pelas primeiras e menos pela segunda. Verosimilmente o estrato comparativamente menos escolarizado (com um nível de escolarização ao nível do 12º ano ou inferior correspondente a aprox. 40% dos casos, com apenas aprox. 7% abaixo do 12º ano completo) vê no jogo uma oportunidade de adquirir capital cultural enquanto o estrato que tendencialmente já o possui em maior abundância



mostra-se mais interessado no capital relacional. Não obstante o específico indicador relativo à satisfação com o uso da tecnologia difere (mais escolaridade equivale neste caso a mais satisfação) na medida em que admissivelmente menos escolaridade equivale a menos literacia e logo a maior dificuldade no seu manuseamento.

Os praticantes com maior rendimento mostram-se ainda menos atraídos pela possibilidade de empreender novas deslocações, admissivelmente porque estas estão mais próximas da sua rotina.

No caso do *cluster* dos *socializadores* o paradoxo de por um lado se desvalorizar a importância dos números e por outro se constatar o facto de se registarem entre eles os índices mais elevados de execução pode explicar-se por um efeito de saciedade (em que os indivíduos de facto estão a pontuar a sua satisfação com o número de caches que têm, mais do que a importância que este teve na sua vivência do geocaching) e por outro em função dos mecanismos que Peter Blau identifica na formação das comunidades, como efeito de atingida uma posição de liderança, os actores fronteiros “darem face” aos competidores menos bem sucedidos, em abono da sociabilidade e da integração, auto-desdenhando/desvalorizando a sua própria importância. Uma terceira hipótese prende-se ainda com a tendência de, em consonância com D. Bell, no consumismo pós-industrial, o fetichismo das mercadorias tender a legitimar-se mascarando-se de fetichismo das pessoas.

Em relação à atitude perante o geocaching e a motivação, constata-se congruentemente que os misóginos se mostram menos confiantes na sinceridade dos outros, lidando melhor com “Sentir frustração, raiva, aborrecimento ou desapontamento”.

A abordagem que propomos distingue-se assim da avançada por Ihamäki (2015), o único precedente de uma tentativa de tipificação dos geocachers que conhecemos e a qual propõe uma categorização que os reparte em :

- Selectivos
- Tecnófilos
- Urbanos
- Seguidores de tendências
- Radicais
- Entusiastas do ar-livre

Ihamäki incorre a nosso ver em dois eminentes desvios de percepção: um derivado do método, em que parece depender excessivamente de uma análise puramente intuitiva das discussões mantidas no fórum oficial da GroundSpeak e outro de enquadramento teórico.

No tocante ao segundo, tomando o conceito de “tribo urbana” de Maffesoli como ponto de partida pretende em fidelidade à expressão concluir pela existência de uma categoria de “*urban cache spotters*” quando os nossos dados demonstram que o imaginário da actividade é dominado pelo espaço natural, não existindo geocachers especificamente “urbanos”, quanto muito geocachers “competitivos” que colocam os números à frente da selectividade.

Trata-se ainda de uma interpretação que sobrevaloriza a importância das competências tecnológicas decalcando o conhecido modelo de Rogers quanto à adopção da inovação numa lógica cujas categorias não indiciam nada sobre a relação dos participantes entre si dentro da dinâmica do jogo nem admitem sentido evolutivo. São tipos demasiado caricaturais, isolados/compartimentados e “ideais”

por excesso em que é preciso introduzir o tipo de dinâmica que a nossa triangulação apesar de tudo admite.

Na nossa amostra, a inclinação tecnófila, aferida pela posse em maior número de dispositivos tecnológicos e pela utilização mais frequente de funcionalidades “avançadas” destes, remete para indivíduos que recaem eminentemente na categoria dos “capacitadores” e dos “exploradores misóginos” os quais se revelam dos menos envolvidos e dos menos activos. Por conseguinte, o interesse pela tecnologia pode ter atraído os *early adopters* para a actividade, mas não é a motivação principal por trás do seu dinamismo corrente.

Por outro lado, a tipologia de Ihamaiki é avulsa e inconsistente. Contemplando tanto categorias relativas à posição na curva de adopção da inovação (“tecnófilos” e “seguidores de tendências”) como relativas à predilecção pelo tipo de espaço (“entusiastas do ar-livre” e “urbanos”) como outras sem particular nexos: “radicais”, como um tipo de entusiasta da natureza com predilecção pelo desporto extremo e “selectivos”, sem que se possa perceber o porquê dessa “selectividade”.

### Quadro 11.3 - Centros de cluster finais

	Capacitadores	Exploradores Sociais	Exploradores Misóginos	Socializadores
Novas Pessoas	3	2	4	1
Novos Lugares	2	1	1	2
Novas Competências	1	3	3	3

Nota: Em quem 4 = irrelevante (não seleccionado).

### Quadro 11.4 – Sumário de clusters e ordens de prioridade

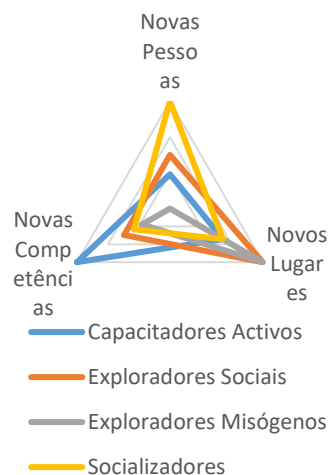
	Novas Pessoas				Novos Lugares				Novas Competências			
	1º	2º	3º	Irr.	1º	2º	3º	Irr.	1º	2º	3º	Irr.
Capacitadores Activos	0	10	28	12	0	38	10	2	50	0	0	0
Exploradores Sociais	0	155	154	0	309	0	0	0	0	154	148	7
Exploradores Misóginos	0	0	0	58	58	0	0	0	0	26	0	32
Socializadores	78	0	0	0	0	57	20	1	0	20	50	8

Irr. = irrelevante (não seleccionado)

### Quadro 11.5 Tipos de geocachers e factores mais apreciados ao fazer uma geocache

	Capacitadores		Exploradores Sociais		Exploradores Misóginos		Socializadores	
	Média	N	Média	N	Média	N	Média	N
	válido	válido	válido	válido	válido	válido	válido	válido
O acto de me deslocar	4,76	37	5,08	275	4,18	28	5,49	65
Descobrir um sítio novo	1,94	49	1,52	307	1,76	58	2,09	77
Usar a tecnologia	4,95	44	6,41	268	4,85	26	6,80	61
Resolver um problema	4,13	40	4,63	282	3,56	43	4,93	68
Conhecer pessoas novas	6,12	34	5,79	278	6,40	15	3,96	71

**Figura 11.1 - Perfis-tipo de geocacher segundo os graus de identificação com a aquisição de conhecimento e habilidades, sociabilidade e descoberta do espaço**



Nota: Representação gráfica em que a proximidade do vértice dos triângulos interiores (coloridos) face ao exterior traduz a importância atribuída, em que mais próximo corresponde a mais importante.

Conviver com os meus amigos e ou familiares	4,24	41	3,43	291	2,61	36	2,74	77
O esforço físico	4,39	38	5,06	283	4,52	31	5,21	66
Redescobrir um local conhecido com novos olhos	3,29	41	3,27	302	2,57	46	3,54	71

Nota: A tabela cruza as *clusters* obtidos *ex post* com a resposta à questão “De entre os seguintes factores, quais mais aprecia ao fazer uma geocache? P.f. ordene por ordem de importância.” Os valores correspondem à média da posição porque o item foi ordenado por ordem ascendente de importância (em que 1 = primeira posição/mais importante). Não reconhecendo nenhuma importância ao item os respondentes podiam optar por não o arrastar para a lista ordenada, de onde as diferenças no N serem igualmente significativas (N menor num item do que no outro revela nula importância para o item para mais indivíduos do *cluster*). As cores reportam-se ao eixo horizontal, linha a linha, em que verde corresponde à posição mais elevada nos quatro grupos e vermelho à menos elevada.

### Quadro 11.6 - Tipos de geocacher e atitudes

Concordância com a afirmação:	Capacitadores	Exploradores Sociais	Exploradores Misóginos	Socializadores
	Média	Média	Média	Média
Registo sempre as caches que procuro e não encontro.	5,39	5,02	4,41	5,08
No geocaching as pessoas mostram sempre quem são.	3,30	3,89	3,20	3,89
Ser geocacher faz parte da minha forma de ser.	5,18	5,24	4,39	5,51
O número de caches que se fez não importa nada.	4,75	4,76	4,93	5,09
A generalidade das pessoas recorre em excesso à ajuda dos outros.	3,09	3,25	3,08	3,22
O uso do telemóvel permite tornar o geocaching mais salutar.	3,62	3,53	3,50	3,49
Há demasiadas pessoas a fazer geocaching.	2,52	2,53	2,43	2,65
Podemos contar com o zelo da generalidade das pessoas para manter as caches.	3,10	3,14	3,35	3,08

De 1 = Discordo fortemente a 7 = Concordo Fortemente

### Quadro 11.7 - Tipos de geocacher e motivações

Pessoalmente que importância atribui a cada uma das seguintes motivações para fazer geocaching?	Número de caso de <i>cluster</i>			
	Capacitadores	Exploradores Sociais	Exploradores Misóginos	Socializadores
	Média	Média	Média	Média
Alheamento	4,18	4,33	4,23	4,52
Desafio	3,98	4,07	3,86	4,16
Competição	2,82	3,10	3,09	3,04
Realização	3,25	3,82	3,56	4,04
Controlo	3,12	3,46	3,04	3,67
Descoberta	4,04	4,39	4,14	4,61
Exploração	4,27	4,41	4,35	4,47
Expressão	3,40	3,75	3,35	3,97
Fantasia	3,39	3,37	3,26	3,64
Camaradagem	3,80	4,21	3,95	4,64
Zelo	3,44	3,61	3,39	3,58
Relaxe	4,02	4,20	4,09	4,38
Perversidade	1,88	1,82	1,80	1,72
Sinestesia	3,81	4,08	3,81	4,05
Imitação	2,76	2,63	2,54	2,72
Subversão	2,59	2,76	2,52	2,69
Sofrimento	1,67	1,61	1,98	1,66
Simpatia	3,41	3,73	3,21	3,96
Excitação	3,04	3,30	2,87	3,65

De 1 = Irrelevante a 5 = Muito importante

**Quadro 11.8 - Tipos de geocacher cruzados com os dados de actividade obtidos dos perfis no geocaching.com**

	Número de caso de <i>cluster</i>																			
	Capacitadores				Exploradores Sociais				Exploradores Misóginos				Socializadores				Subtotal (total dos 4 <i>clusters</i> )			
	Média	Mediana	Desvio padrão	N válido	Média	Mediana	Desvio padrão	N válido	Média	Mediana	Desvio padrão	N válido	Média	Mediana	Desvio padrão	N válido	Média	Mediana	Desvio padrão	N válido
TrackablesTotalDiscovered	99	9	280	39	169	25	761	281	284	6	1820	48	428	58	1043	70	217	21	957	438
TrackablesTotalOwned	3	0	7	39	3	0	7	281	2	0	5	48	8	1	27	70	4	0	13	438
PhotosCount	172	18	505	38	225	25	643	279	43	12	107	47	419	30	1195	69	231	22	724	433
Tamanho Médio Logs	216	195	142	39	243	192	177	281	158	148	80	48	298	219	241	70	240	184	182	438
Logs	782	378	836	39	762	459	885	281	404	257	392	48	1414	786	1458	70	829	449	997	438
Founds Totais	649	332	694	39	666	397	770	281	372	227	366	48	1221	689	1222	70	721	389	853	438
Founds Portugal	623	332	682	39	639	387	747	281	363	216	368	48	1171	689	1172	70	693	381	825	438
MemberSince	8/5/11	28/6/11	761	39	26/8/11	21/1/12	763	281	22/5/11	3/4/12	1041	48	6/8/11	20/3/12	818	70	2/8/12	28/1/12	805	438
Dias entre primeiro e último log	1156	950	738	39	1055	894	720	281	1108	750	959	48	1087	895	779	70	1075	890	758	438
Hides	21	6	28	17	12	4	19	140	7	3	11	21	22	12	27	38	14	4	21	216
Not Founds	41	19	49	38	39	17	64	260	17	13	17	44	58	25	81	65	40	17	63	407
Notes	48	10	79	33	33	10	70	237	9	4	10	35	83	16	156	62	40	10	91	367
TotalEvents	6	6	7	2	3	2	4	35	6	6	6	2	4	3	5	20	4	2	5	59
Em que ano experimentou o geocaching pela primeira vez?	2010,2	2011	2	50	2011,0	2012	2	309	2010,2	2012	4	58	2010,7	2011	3	78	2010,8	2011	3	495
Qual o seu sexo?	1,8	2		50	1,7	2		309	1,6	2		58	1,8	2		78	1,7	2		495
Qual a escolaridade mais elevada que completou?	6,2	7	1	50	6,2	7	1	309	6,6	7	1	58	6,1	6	1	78	6,2	7	1	495
Em sua casa, quantas pessoas habitam?	2,9	3	1	50	3,0	3	1	309	3,0	3	1	58	2,9	3	1	78	3,0	3	1	495
Qual a sua idade?	37,2	37	11	50	35,2	34	10	309	36,8	36	10	58	35,1	34	11	78	35,6	35	10	495
Rendimento líquido do agregado (Escalaões)	7,6	8	3	37	7,4	7	3	241	7,4	8	3	47	7,5	7	3	60	7,4	7	3	385

Notas para auxiliar a interpretação da tabela:

- A codificação por cores corresponde ao eixo horizontal, em que verde=valor maior e vermelho=valor menor, com gradientes intermédios.
- A unidade do desvio padrão da data em que se registou (“Member since”) é o dia
- O rácio de género (“sexo”) é uma medida de proporção repartida entre 1 (feminino) e 2 (masculino).
- Relativamente à média da escolaridade, 6 = bacharelato e 7=licenciatura
- Relativamente aos escalões de rendimento, 7 = “Entre 1418 e 1667 Euros mensais (K)” e 8 = “Entre 1668 e 2083 Euros mensais (P)”
- Os dados cruzam respostas ao inquérito com elementos obtidos programaticamente dos respectivos perfis no sítio geocaching.com (linhas superiores da tabela). Em conformidade, para a minoria de respondentes que preferiu permanecer anónimo e não forneceu o seu nome de utilizador no geocaching, não foi possível recuperar os segundos, de onde as diferenças no “n válido” face às linhas inferiores. Optou-se por apresentar os dados desta forma porque, de outro modo, se constatou que a redução na tabela à disponibilidade nas duas fontes, na prática, não variava significativamente as médias.
- Na interpretação dos valores é por vezes necessário temperar a interpretação da “média” com o respectivo “n válido”, de tal modo que por exemplo os “exploradores misóginos” registam uma média de “6 eventos assistidos” que se reporta, porém, a apenas dois casos em 48. Ou seja, em função da forma como os dados foram recuperados, a “ausência de valor” corresponde efectivamente a um valor “0”. Não se trata de uma opção pela “não resposta”, mas da objectiva e significativa ausência de registo.

### 11.3 INTERPENETRAÇÃO DE PAPÉIS E DOMÍNIOS DE VIDA

As associações desenvolvidas nas plataformas sociais constituem eco-sistemas de construção de significado em que o conhecimento surge codificado por e ligado à actividade e ao ambiente dentro dos quais se desenvolve, distribuindo-se através das suas partes componentes de tal modo que uma vez o indivíduo comungue do *stock* de conhecimento do grupo ele tende a uma adesão emocional que motiva e direcciona o seu comportamento para a criação de actividades passíveis de invocar certos resultados tidos por desejáveis e significativos (Lin, Sundaram, & Kelliher, 2010).

Com tal em mente, vimos anteriormente como os artefactos desempenham em tal processo um papel particularmente importante e como a estrutura de acção do geocaching está implícita em relações múltiplas baseadas em boa parte nos objectos, nas suas propriedades manifestas e latentes e nos afectos que eles suscitam, afectando as escolhas individuais.

Na parte imediatamente precedente do presente trabalho tentámos ainda aferir até que ponto, porque ordem e em que volume dentro do geocaching os indivíduos entendem retirar a sua gratificação seja das componentes associativas (da possibilidade de se relacionarem através do esquema de conduta proposto pelo jogo tanto com os que lhe são próximos como abrindo-se a formas de sociabilidade, conferindo acesso à interlocução e ao desenvolvimento de laços novos) seja das componentes cognitiva e tecnológica (mediante a aquisição de perícias e competências) seja – tratando-se de uma plataforma locativa – através da componente da exploração e descoberta dos lugares.

Deste derradeiro exercício conclui-se pela existência de uma coincidência entre o reconhecimento do valor da sociabilidade e os níveis de actividade de tal modo que ainda que a “descoberta do lugar” seja, como não seria de estranhar num jogo locativo, a bússola declarada pela maioria, as relações sociais parecem efectivamente ser aquilo que diferencia os níveis de satisfação e de compromisso obtidos e o motor principal por detrás do sucesso da e na actividade.

Seguidamente ocupar-nos-emos em reunir elementos que permitam aprofundar e ilustrar esta dinâmica, tomando como boa a sugestão de McPherson, Smith-Lovin & Cook (2001, p. 437), de acordo com a qual “se diferentes tipos de relações estão estruturados por diferentes níveis de homofilia em diferentes dimensões, então relações em múltiplas direcções entre indivíduos podem criar padrões sistemáticos importantes de círculos sociais transversais”.

A questão que se coloca é por conseguinte: até que ponto as relações num dado domínio de vida acabam por se verter sobre outro domínio e a homofilia (sobre esta *cf.* p. LXV) gerada na prática do geocaching como lazer se pode comunicar por exemplo ao trabalho ou entre o círculo familiar e o círculo de amigos ou entre qualquer destes e um novel círculo de relações engendradas dentro do próprio jogo?

Como ponto de partida, em primeiro lugar é preciso saber de que tipos de companhia provindas de que domínios de vida os geocachers se rodeiam e com que frequência e em segundo sobre que tipos de interlocutores e em que domínios de vida eles vêm a sentir necessidade de actuar como agentes disseminadores.

Quanto à primeira preocupação, a amostra de respondentes ao nosso questionário (Figura 11.2 e Quadro 11.9) facultou-nos dados relevantes, em que são notórios:

1. Ainda que a prática solitária do geocaching seja experimentada em diferentes graus por 73,5% dos geocachers, apenas 20% têm nisso um hábito “muito frequente”, enquanto 16,5% declara jamais levar a cabo a actividade a solo.
2. A companhia mais regular são os familiares e amigos, com ligeira preponderância dos primeiros. A posição da família é interessante pois ela constitui simultaneamente a confortável distância a companhia mais declarada como “muito frequente”, sendo, porém, igualmente comparativamente preponderante nas categorias esporádicas. O que se explica por questões de idade (os mais jovens, sem família constituída, mais dificilmente incorporam os seus cognatos mais velhos), por outro lado dentro da lógica masculinizante das actividades desportivas homens há que não logram em mobilizar para ela as consortes<sup>198</sup>.
3. A passibilidade de a actividade engendrar encontros e o estabelecimento de laços sociais feitos de regimes de co-presença em que os participantes efectivamente se envolvem em encontros focados no terreno é comparativamente elevada e algo experimentado por 72,2% dos participantes, dos quais um pouco menos de ¼ (23,6%) o fazem mesmo de forma frequente ou muito frequente.
4. Já a versão do geocaching sobre a esfera do trabalho revela-se a mais fraca, registando ainda assim valores significativos, repartindo-se a amostra em três metades aproximadamente idênticas: 1/3 que jamais fez geocaching na companhia de “colegas de trabalho ou estudo”, 1/3 para quem isso é raro e 1/3 para quem isso é no mínimo “ocasional”, sendo que o número dos que o fazem com certa regularidade é de apenas 10%.

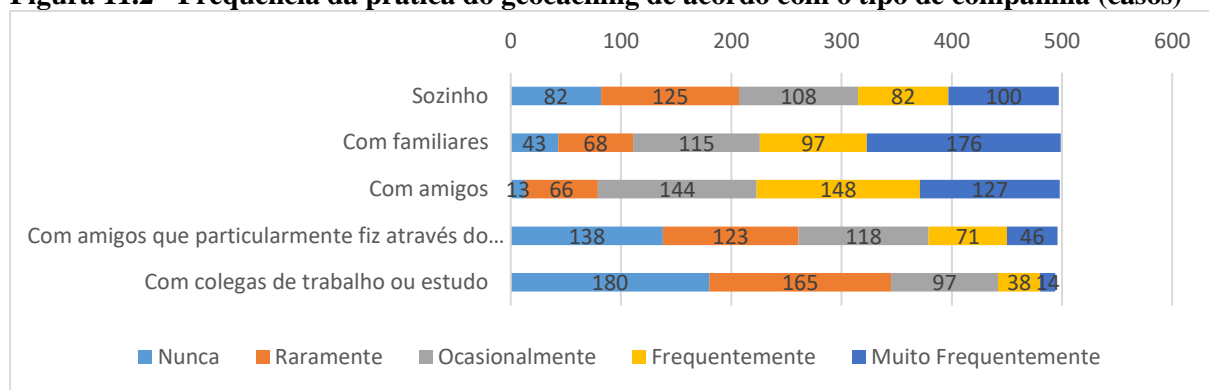
No que toca a acção por contágio, através dos círculos de pessoas junto dos quais os indivíduos declaram militância em tentar apresentar e tendencialmente cooptar para a prática (Quadro 11.8 e Figura 11.3) é notório que esta acção é mais forte sobre os “amigos” (83,6%) e menor sobre os “colegas de trabalho” (51,5%), o que seria expectável, residindo o interesse menos na diferença entre os dois valores do que no valor apesar de tudo elevado do segundo. Ou seja, considera-se significativo que mais de metade dos geocachers já tenham tentado interessar indivíduos do seu círculo profissional de relações por uma actividade que se situa no distinto domínio do lazer.

Neste particular, os dados (Quadro 11.11) revelam ainda uma correlação positivamente significativa entre os níveis de identificação com a actividade (concordância com a afirmação “ser geocacher faz parte da minha forma de ser”) e as respostas tanto às questões sobre os tipos de companhia que mantém ao fazer geocaching como com os tipos de pessoas que já tentou interessar pela actividade, o que confirma que a incorporação na identidade é um processo inerentemente social.

**Dados níveis crescentes de assimilação da prática o indivíduo sente necessidade de demonstrar quem é em função dela, apresentando-a e apresentando-se aos outros como seu praticante. Quanto mais forte for a identificação mais forte é a possibilidade de ele a introduzir respectivamente à família, a outros amigos e finalmente, sendo a identificação forte o suficiente, a “colegas de trabalho”, numa ordem que constitui simultaneamente uma sucessão crescente de risco (passar uma imagem inadequada) e uma ordem inversa de proximidade e distância social.**

---

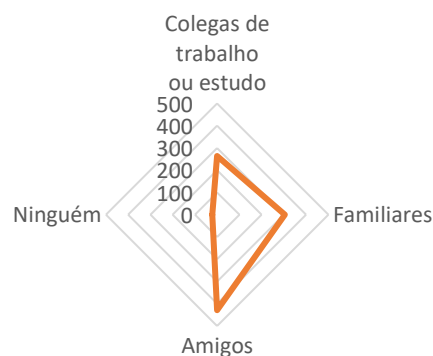
<sup>198</sup> Se é que o tentam ou vêm nisso conveniência. Uma linha afluyente da sociologia do desporto argui que é a adstrição da força braçal da mulher ao trabalho doméstico que admite a veleidade desportiva dos homens fora de portas, cf. Mansfield, *Sport and Gender*, in Ritzer (2007b, pp. 1875-1880). Em idêntico sentido, para uma perspectiva da invisibilidade do trabalho feminino no seio do ler veja-se ainda, numa óptica feminista, Sherry Ahrentzen, *Home as a Workplace in the Lives of Women*, in Altman e Low (1992, pp. 113-138).

**Figura 11.2 - Frequência da prática do geocaching de acordo com o tipo de companhia (casos)****Quadro 11.9 - Frequência da prática do geocaching de acordo com o tipo de companhia**

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente	Muito Frequentemente				
	% da linha	N % da linha	N % da linha	N % da linha	N % da linha	Média	Mediana	Desvio p.	N válido
Sozinho	16,5%	25,2%	21,7%	16,5%	20,1%	2,99	3	1,37	497
Com familiares	8,6%	13,6%	23,0%	19,4%	35,3%	3,59	4	1,32	499
Com amigos	2,6%	13,3%	28,9%	29,7%	25,5%	3,62	4	1,08	498
Com amigos que particularmente fiz através do geocaching	27,8%	24,8%	23,8%	14,3%	9,3%	2,52	2	1,29	496
Com colegas de trabalho ou estudo	36,4%	33,4%	19,6%	7,7%	2,8%	2,07	2	1,06	494

**Quadro 11.10 – Categorias de pessoas que tentou interessar pelo geocaching**

	Não Seleccionado		Sim	
	Contagem	N % da linha	Contagem	N % da linha
Colegas de trabalho ou estudo	249	48,5%	264	51,5%
Familiares	209	40,7%	304	59,3%
Amigos	84	16,4%	429	83,6%
Ninguém	491	95,7%	22	4,3%

**Figura 11.3 - Categorias de pessoas que tentou interessar pelo geocaching****Quadro 11.11 – Correlação entre o grau de identificação com a actividade e indicadores de sociabilidade**

			Frequência dos tipos de companhia que costuma manter ao fazer geocaching					Categorias de pessoas que já tentou interessar pelo geocaching.				
			Ser geocacher faz parte da minha forma de ser.	Sozinho	Com familiares	Com amigos	Com amigos que particularmente fiz através do geocaching	Com colegas de trabalho ou estudo	Colegas de trabalho ou estudo	Familiares	Amigos	Ninguém
rô de Spearman	Concordância com a afirmação "Ser geocacher faz parte da minha forma de"	Coeficiente de Correlação	1,000	,050	,154**	,162**	,216**	,143**	,141**	,074	,131**	-,106*
		Sig. (2 extremidades)		,271	,001	,000	,000	,002	,002	,099	,003	,019

ser.”	N	495	486	487	487	485	484	495	495	495	495
-------	---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

\*\* . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades). \* . A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

### 11.3.1 DOMESTICAÇÃO DO ALHURES. DA LOCALIZAÇÃO COMO REGIME DE EXTENSÃO E CONVERSÃO DA ECONOMIA DOMÉSTICA

Sendo o lar o *locale* onde as relações básicas de confiança e segurança ontológica se formam<sup>199</sup> e por assim dizer o referente por inserção no qual, independentemente das mudanças de escala no ambiente social alargado, os indivíduos tendem a reportar-se, no plano das relações familiares as tecnologias de localização devem ser integradas como parte do processo de ”domesticação” da tecnologia no contexto da sua “economia moral” nas expressões de (Silverstone & Hirsch, 1992, p. 13)<sup>200</sup>

<sup>199</sup> Giddens (1984, p. 118) sugere o conceito de *locale* como alternativa ao “lugar” (*place*), entendendo que o último tem uma colação redutora como “ponto no espaço” que renega, pois, mais do que isso as localizações são igualmente portadoras de uma certa identidade que influencia as interações que aí ocorrem. Assim, a opção pelo *locale* visa indicar que, como contextos de interação, as localizações contêm não só elementos materiais, mas também informação, conhecimento, regras e signos que se relacionam intimamente com as práticas que aí ocorrem (Nijhuis, 2013, p. 147). Sugere-se desta forma que dentro do próprio “lar” (seja, grosso modo, o espaço ocupado por um edifício de habitação doméstico e suas dependências) se podem reconhecer práticas de *regionalização* [ou *espaçamento*, *apud* Löw (2008)] que o segmentam em diversos *locales* como zonas de tempo-espaço em relação com as práticas rotineiras (Giddens, op. cit., p.119). O que de uma forma mais terra-a-terra significa simplesmente, para o que toca o nosso particular debate, que por hipótese, num exemplo deliberadamente estereotipado, como todos os “exemplos”, a cozinha tende a ser o domínio da mãe e coincidentemente o local onde a família se reúne, o pequeno-almoço se toma pela manhã e as notícias do dia se ouvem na rádio enquanto a garagem ou uma dependência que possa existir no jardim, quando aplicável, poderão ser tendencialmente o domínio do pai. Ao mesmo tempo que a sala-de-estar ou jantar é o local de consumo mediático conjunto, cujo tempo de eleição é durante a semana a noite, enquanto os quartos das crianças, dotados de computadores, *walkmans* e ou aparelhagens de alta fidelidade podem ser o local em que esse consumo se torna privado *et cetera*. Cada um destes *locales* trás associado não só um conjunto de aspectos materiais (por exemplo, o facto de na cozinha estar o fogão condicional-o como lugar onde se pode preparar as refeições) como simbólicos, chegando em função a constituir *impérios* de influência. Assim, por hipótese, o protagonista pivot da cozinha veria provavelmente com desconforto e maus olhos a usurpação do seu espaço, por exemplo se num dia de “bola”, o marido, na indisponibilidade técnica da televisão da sala, convidasse os amigos a instalarem-se para ver o jogo nela.

<sup>200</sup> Como moldura para entender a apropriação social da tecnologia o conceito de “domesticação” levanta instintivamente duas reservas: em primeiro lugar a formulação “economia moral do lar” gera alguns calafrios no que toca a escolha do segundo termo; em segundo, coloca-se em questão até que ponto a opção pelo “lar” como unidade não se revela datada e até contraditória com a sociedade contemporânea, remetendo para um universo de “sedentarismo” quando esta pretensamente é marcada pela mobilidade e pelo nomadismo. As respostas a ambas preocupações encontram-se no volume editado por Berker (2006), dadas pelo próprio Silverstone, no capítulo final (que deve ter constituído um dos seus últimos trabalhos, pois veio a falecer em meados desse ano) e por David Morley, respectivamente. Assim, a par da revisão de alguns termos da formulação inicial, Silverstone admite que o conceito “economia moral” é “ingenuamente empírico”, justificando-o como tendo sido formulado no contexto da observação em como os progenitores se esforçavam por condicionar a forma como os filhos tinham acesso à tecnologia de comunicação (originalmente, a televisão), tentando assegurar-se de que os seus valores pessoais eram perpetuados. Neste sentido, conjugar “economia” e “moral” é ter presente que a primeira, inclusive no sentido abrangente como “forma de organização do mercado”, envolve sempre um conjunto de juízos de valores sobre o comportamento desejável dos participantes (no capitalismo, uma “ética” de trabalho por exemplo) e a forma como eles se devem relacionar (novamente, no capitalismo, como exemplo, em regime de “concorrência leal”). Juízos que enformam não só o ambiente social como as expectativas individuais. Já no que toca a questão “o que é que o lar tem que ver com isso?” (*What’s home got to do with it?*, op. cit, p. 20 e seg.s) a argumentação vai num duplo sentido: em primeiro lugar defendendo a importância do espaço e do lugar nos mesmos termos e com as mesmas referências com que o temos feito ao longo do presente trabalho, recordando que a geografia supostamente desterritorializada da era pós-moderna é na verdade melhor formulável e entendível como “um conjunto de geografias secundárias ou *sombra* criadas através da complexa história do imperialismo” (de que as deslocalizações e as lógicas de produção e prestação de serviços multinacionais são tributárias) em que não só o ciberespaço tem uma geografia real como a generalidade dos indivíduos continuam a viver num horizonte local, de tal forma que o “lar” hoje pode não ser o espaço fechado e autocontido de outrora mas continua a ser o contexto



e de Morley (sobre este veja-se, acima, p. 50 e seg.s), relativamente ao qual apresentam propriedades distintas, seja na repartição de papéis dentro seja sobretudo na forma como ele confronta o exterior.

A perspectiva da domesticação identifica, recorde-se, quatro processos pelos quais o sistema transaccional da economia moral do lar se constitui e expressa, de forma sequencial<sup>201</sup>:

- **Apropriação**, acto de consumo e processo de aquisição pelo qual o bem, disponível no mercado da economia formal, é adquirido e passa a estar disponível no seio da economia doméstica;
- **Objectivação**, acto pelo qual o bem é posicionado no ambiente e na distribuição do espaço vigentes do lar;
- **Incorporação**, correspondente aos actos pelos quais o objecto encontra a sua utilidade e passa a ser alvo de efectiva atenção e uso, sendo incorporado nas rotinas quotidianas;
- **Conversão**, correspondente aos actos pelos quais os objectos vêm a ser exibidos e confrontados com o ambiente social externo ao lar, sendo esgrimidos como critérios para o julgamento do gosto e como forma de reclamar aí a sua posição.

As tecnologias e artefactos de localização diferem deste modelo nalguns aspectos. Em primeiro lugar dificilmente são alvo de "objectivação" pela disposição no seio da repartição do espaço doméstico. Excepção feita talvez à presença dos dispositivos dedicados no *tablier* do carro, o GPS não ocupa uma posição equivalente à do LCD na sala-de-estar, o seu valor estético é nulo, permanecendo a mor das vezes a tecnologia invisível dentro de e sendo confundida com os próprios dispositivos computacionais para fins diversos que lhe servem de interface, em particular o telemóvel.

A tecnologia de localização tem como dispositor natural a palma da mão e a sua objectivação traduz-se na deslocação fora do espaço doméstico, é através desta que ela adquire sentido e como tal é em movimento que ela incorpora a economia moral, sobretudo no tocante à fase subsequente, de "incorporação", dependente sobretudo da gestão das disponibilidades de tempo.

O valor das práticas com as plataformas de jogos locativos é eminentemente um valor de conversão em que a viagem, enformada por uma tecnologia particular, mobiliza e agrega não obstante um conjunto alargado de bens. Desde os meios de transporte, por exemplo, o facto de se possuir ou não uma BTT (bicicleta todo-o-terreno) ou uma Moto 4, um ou mais automóveis e se algum deles particularmente se adequa aos caminhos rurais prevaletentes na exploração do meio natural, contexto em que o SUV e o 4X4 surgem como marcadores importantes, ao mais diverso tipo de *gear* (cf. p. 170). Meios através dos quais os critérios para o julgamento do *gosto* bem como a força dos recursos materiais

---

onde as "fantasmagorias do além" (seja, as imagens de distintas realidades do mundo inteiro, as tragédias, os tsunamis, os massacres e os furacões) se manifestam mediados pelos ecrãs e se apreendem como algo de distante contra o qual a comodidade e o conforto das poltronas em que tal realidade se observa se continua a erguer como referente psíquico de segurança. Nesta medida, em segundo lugar, sugere-se assim que de um processo de domesticação em o propósito era compreender a inclusão da tecnologia no lar e a sua articulação dentro dele e para fora dele, neste instante assiste-se a um processo de "domesticação do alhures" (*domestication of elsewhere*) em que se torna sobretudo mister compreender como a tecnologia abre o lar ao exterior, veiculando sobre ele emoções em segunda mão, vividas com relativa indiferença de tal modo que o espaço doméstico passou a ter um sentido de escala distinto no que toca a sua posição no mundo mas continua essencialmente a desempenhar o mesmo papel, sendo algo para que inevitavelmente, ao fim-de-dia e durante a maior parte do nosso tempo regressamos.

<sup>201</sup>Complementarmente à obra do próprio Silverstone, reputam-se a um tempo de sínteses e exemplos de aplicação exemplar desta os trabalhos de Lelia Green (2001, 2002, 2010) e em Hartley, Burgess & Bruns (2013, p. 125 e seg.s).

do lar podem ser afirmados e confirmados perante o exterior, fornecendo uma base para o trabalho constante de diferenciação e identificação dentro e entre os lares.

**As práticas com as tecnologias de localização são assim práticas integradoras/convocadoras de outras tecnologias e de exteriorização da economia moral do lar<sup>202</sup>.**

Se outrora a televisão era o meio de comunicação principal na proposição do estilo de vida e das práticas de consumo, dentro dos modernos meios de comunicação pessoal de massas, as plataformas locativas são entre todas aquelas que encerram maior potencial para ocupar tal papel. Pois a geolocalização passou a ser integrada nos motores de busca e nas lojas virtuais, constituindo um factor condicionante dos hábitos e das propostas de *comodificação* e consumo, seja determinando aquilo que é proposto e de entre o qual se fazem escolhas, seja, numa sociedade marcada pelo valor da mobilidade, como critério de selecção para aquilo que é exposto.

As práticas com a localização constituem uma **forma de “domesticação do *alhures*”, uma em que o lar retroage sobre o meio que lhe trás a mensagem e se desloca no Meio, ao seu encontro.** Um convite a fazer do meio (de comunicação) um veículo que convida ao uso do Veículo (automóvel) para a imersão no Meio (físico e social, externo ao lar), passe-se o abuso das figuras de estilo. Algo que de algum modo desaloja e expande a própria domesticidade.

Já dentro dos padrões de diferenciação espacial que se podem observar domesticamente, se “as tecnologias são incorporadas no lar como articulações de género, diferenciação pela idade, bem como por reforços e asserções de estatuto” (Silverstone, *op. cit.* p.22), o GPS propende a ser um objecto do “pai” (*cf.* a citação de uma *team* familiar a seguir reproduzida), constituindo sobretudo um instrumento de excursão masculina. Assim se compreende que mais do que as mulheres, os homens empreendam a prática de forma solitária, algo que se manifesta de forma especialmente assimétrica entre os casados (Figura 11.4, Figura 11.5 e Figura 11.6) e que é ainda mais se agrava na presença dos filhos (quando estes existem o geocaching feito a sós é proporcionalmente aprox. cinco vezes mais ocorrente entre os homens do que entre as mulheres).

As tarefas são divididas pelos diferentes membros da família, o planeamento e a escolha das caches fica a cargo do **Pai** que depois de uma selecção as apresenta a restante família para “aprovação”, só depois passa ao chamado trabalho de casa que antecede uma ida para o terreno. Os **miúdos** da família ficam responsáveis pela resolução dos enigmas e a **Mãe** é quase sempre dispensada desta primeira parte do planeamento, cabendo-lhe como missão principal fazer as fotografias no terreno. Ultrapassados os primeiros passos e defini-das as estratégias, seguimos para o terreno onde o **Pai** aquando da existência de locais mais perigosos aborda individualmente o GZ, trazendo depois a cache, sempre que possível até junto da restante família em local seguro. (JH71, GM 18)

Tal como A. (*cf.* citações *infra*) admite, parte da explicação para o desinteresse feminino pelo geocaching radica certamente na maior fatia de responsabilidade assumida pela mulher na economia doméstica. Tal não parece, no entanto, explicação suficiente para a propensão gregária do género feminino (para uma sistematização de motivos veja-se ainda, abaixo, a parte G.1.1, “Os GPS são berbequins... Elementos para uma tentativa de compreensão da clivagem de género na adopção das tecnologias de localização”, p.LXXII e seg.s).

---

<sup>202</sup> Nos termos de Castells (2004, p. 172) o lar conhece desta feita existência como ponto de convergência de redes de comunicação integradas e recriadas em função dos propósitos dos seus integrantes.

SP acrescenta uma pista no sentido de que as mulheres têm genericamente receio de andar sozinhas. Por conseguinte, tratar-se-á em acréscimo de uma arregaçada associação cultural por um lado entre a condição feminina e a vulnerabilidade, incorporada pelas próprias mulheres e por outro num desinteresse pela actividade física. A última tendência emerge também da verbalização dos casais que comparam as suas preferências, em que elas preferem a fruição da geobricolage e o desafio intelectual e eles a deslocação e o esforço físico:

Provavelmente haverá mais propensão por parte do sexo masculino, aliada a **maior disponibilidade de tempo**. (...) e também porque os representantes do sexo masculino gostam dos desafios com algum risco. (A, GM 2)

Gosto de praticar geocaching acompanhada. Ainda mais e **na condição de mulher, nem sempre é muito aconselhável procurar caches sozinhas** em locais menos frequentados (SP, GM 12)

As nossas preferências divergem um pouco, com o Cruz mais virado para caches de **aventura e local** e a Valente mais virada para **recipientes elaborados**. (VC, GM12)

A Rita tem claramente **mais paciência para caches mistério** ou para procurar caches mais complicadas, enquanto o Tiago gosta mais de coisas simples, e prefere **dar atenção aos locais**, a procurar uma agulha num palheiro. (T&L, GM12)

As asserções de estatuto, mormente domésticas, fazem parte do domínio latente e reservado dos indivíduos, sendo mais facilmente acessível, observável e verbalizável o raciocínio manifesto<sup>203</sup>.

Neste último particular, como actividade de lazer, a sedução do geocaching repousa na sua passibilidade de quebrar a rotina. É uma actividade com forte potencial para ser adoptada e praticada em família, fornecendo diferentes razões para aliciar as suas partes constituintes, inclusive para os seus elementos mais novos, relativamente aos quais a troca de presentes e a possibilidade de encontrar “prendas” novas em cada geocache pode desempenhar um papel relevante. A presença dos filhos revela-se assim determinante em diversos planos: no plano da disponibilidade de tempo, em que o surgimento de um elemento novo na família, carente de atenção, tendencialmente limita não só as disponibilidades como o tipo de caches que se podem fazer, nas também como forma de afirmação e motivo de exteriorização, determinando a escolha de *usernames* e mesmo a colocação de caches “comemorativas”, como verdadeira “iniciação clubística” dos mais novos que, no entanto, tende a interromper-se na adolescência (vide citações).

Uma caça ao tesouro serve para nos trazer um sorriso na rotina diária, uma busca pelo desconhecido, o conhecer de lugares diferentes. (WM, GM15)

Rapidamente considerei que este *hobby* tinha um enorme potencial para ser praticado em família, pelo que 15 dias depois registei o *nickname* familiar que ficou para a posteridade. (...) Gostamos de esconder caches para todos os gostos, indo desde mistérios até uns *containers* um pouco elaborados até locais que

<sup>203</sup> A distinção entre raciocínios latente e manifesto, acolhida por Katz e Aakhus (2002b, pp. 309-310), recorde-se, reporta-se originalmente a Merton (1968, p. 117) para quem as funções manifestas se distinguem das latentes na medida em que as primeiras se reportavam “aquelas consequências objectivas para uma unidade especificada (pessoa, subgrupo social ou sistema cultural) que contribuem para o seu ajuste ou adaptação e foram como tal desejadas” enquanto as segundas diriam respeito “às consequências não desejadas e não reconhecidas da mesma ordem”, sendo com tal distinção propósito separar as motivações conscientes das suas consequências objectivas, que podem não corresponder exactamente. Já Katz estabelece a sua distinção em função da observação de que ao narrarem os seus processos de tomada de decisão quanto à adopção tecnológica os indivíduos “oscilam entre as razões explícitas (forma, função, preço) e as implícitas (como os outros as vêem e as crenças quanto à sua utilidade e apropriabilidade para o conceito que mantêm de si mesmos)”. Sugerindo, por conseguinte, que as qualidades materiais de um produto, tecnologia ou plataforma de comunicação são sempre apercebidas e pesadas em função da sua adequabilidade instrumental ao autoconceito dos potenciais utilizadores.

mereçam a visita. Gostamos de várias das caches escondidas, mas a eleger uma é unânime que elegemos a “São Rafael [Albufeira]” [GC155DB], simplesmente porque é um dos nossos locais preferidos. Para além disto, partilha o nome com o nosso filho. (GM 13)

Nos primeiros anos fazíamos um pouco de vez em quando, em família e com amigos. Até fomos presenteados com uma cache colocada na maternidade, no dia em que nasceu o nosso segundo rebento, a “First Light” [GCN5Z4]. O RBHenriques teve direito a fazer o seu primeiro *log* apenas 3 dias depois de nascer, apesar de só termos registado o seu nickname no ano seguinte. Esta é mais uma das pérolas que guardámos ao longo destes anos, desta vez pela mão do FGV. Os miúdos gostavam muito do Geocaching, mas acabaram por ficar mal-habitados com as caches que existiam há uma década, pois quase todas eram regulares e tinham prendas interessantes. Aos poucos esse panorama foi mudando e eles foram ficando cada vez mais frustrados ao abrir as caches, até que deixaram de querer acompanhar-me.... (BH, GM 16)

Caiu quando era pequenino mas tomou um antídoto, o fim da adolescência! Neste momento, as prioridades dele são outras como é normal quando se chega aos 19 anos. Continua no entanto, a ter a mesma admiração que tinha pelo Paulo\_Hercules, BTRodrigues, Mantunes, entre outros. Temos excelentes recordações de momentos partilhados em cachadas por todo o país e mesmo, em viagens de lazer juntos fora do país. Momentos de grande cumplicidade. (SP, GM, 12)

Em 2006 a vida pessoal mudou radicalmente e até 2008 o geocaching passou para um plano mais longínquo, onde (nesse ano) voltou a dar uma volta de 180°, com o nascimento da minha filha e a mudança para um emprego que me “obrigou” a percorrer (e conhecer) o país de Norte a Sul, ilhas incluídas.. (CC, GM 14)

O nascimento de um filho é claramente um desses momentos por excelência, no qual a total responsabilidade sobre um novo ser passa a fazer parte de nós. As nossas acções e as nossas decisões passam a ter igual repercussão sobre um novo elemento e as nossas rotinas alteram-se completamente (BG, GM 15)

Sempre tivemos um pouco dessas duas características no nosso geocaching. Eu (Magda) sou mais de espontaneidade, o António é mais de planeamento e ambos resultam muito bem e se complementam. Hoje em dia teremos de planear muito bem uma cachada para podermos ir com a Maria Beatriz. Já chegámos a fazer 1400km para ir fazer o Camino del Rey, não apenas pela cache mas pelo desafio em si. Hoje em dia seria impensável fazer isso. (WT, GM 15)

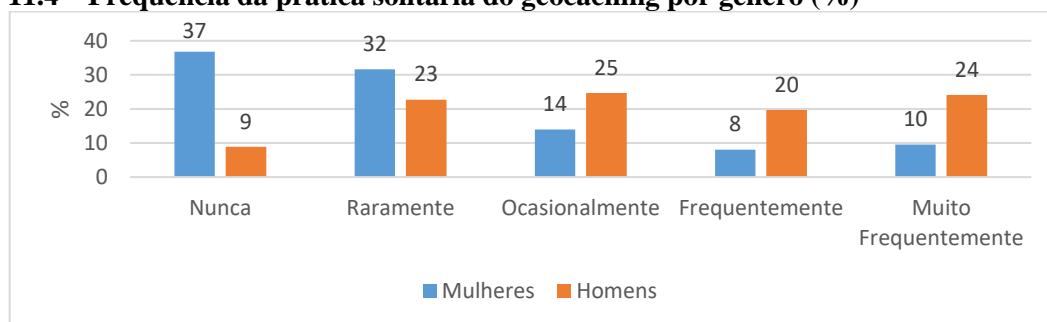
Todos temos actividades extraprofissionais, o pai está ligado ao associativismo, a mãe é catequista e os filhos praticam futebol e andam na música. O Geocaching surge como a actividade que nos permite a simultaneidade da prática de uma actividade em família (JH71, GM 18)

Ao arrepio das famílias já constituídas, a prática do geocaching pode ainda constituir um ponto de encontro para a formação de novos casais:

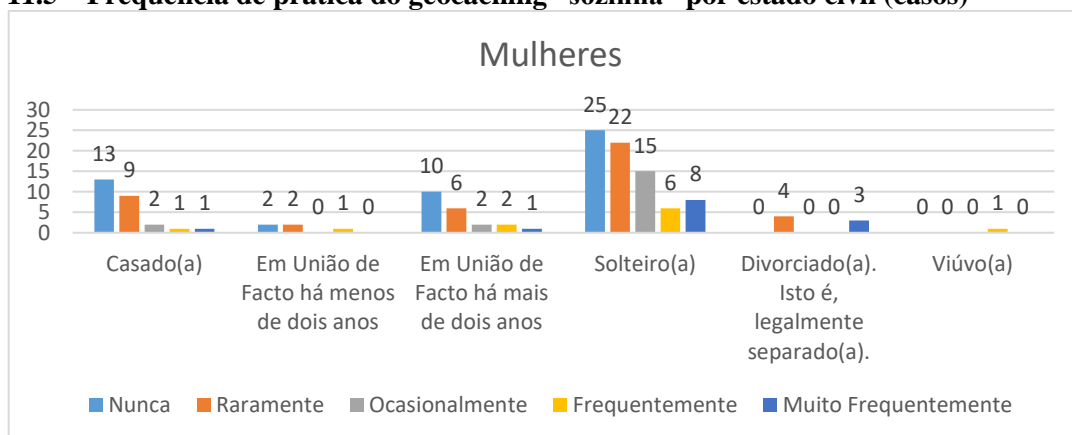
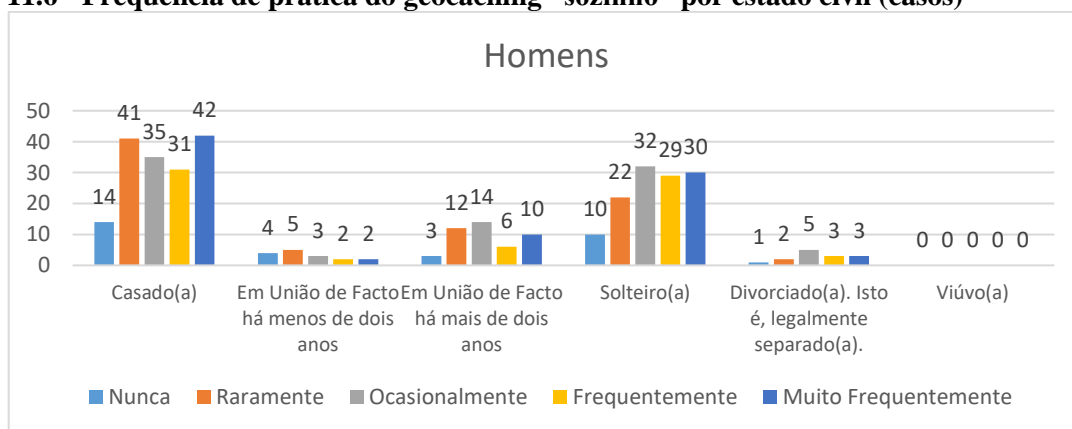
Eu tive alguma vantagem em ter conhecido a Mónica, na altura era a minha namorada. Nós conhecemo-nos no geocaching e, portanto, isso acabou por ser o geocaching, quando íamos fazer geocaching íamos os dois, se dizia eu quero ir a este evento ela vinha também. Pelo que ela não era um elemento externo ao geocaching. Portanto, para ela, quando eu lhe dizia vou fazer uma cache com uns amigos, não havia um constrangimento... (TP, em Entrevista)

Ambos gostamos de caminhadas, da natureza, das viagens e claro da sensação de descoberta, pelo que foi natural descobriremos o geocaching; iniciámo-nos no jogo de forma individual, mas os gostos semelhantes acabaram por nos juntar. Conhecemo-nos num evento não oficial, para os lados da Arrábida, combinado através de um fórum de geocaching, e estamos juntos desde então (...) É sem dúvida em conjunto que o geocaching para nós faz sentido, e é a forma na qual nos sentimos mais confortáveis. No entanto ambos preferimos manter a nossa conta individual, tanto no geocaching.com como nos fóruns dedicados ao tema. É uma questão de opção, no nosso caso funciona bem, mantendo cada um a sua individualidade (T e R, GM 7)

**Figura 11.4 – Frequência da prática solitária do geocaching por género (%)**



N válido = 126 mulheres e 371 homens

**Figura 11.5 – Frequência de prática do geocaching “sozinha” por estado civil (casos)****Figura 11.6 - Frequência de prática do geocaching “sozinho” por estado civil (casos)**

### 11.3.2 CONVERGÊNCIA ENTRE TRABALHO E LAZER E CONSTITUIÇÃO DE NOVAS RELAÇÕES

A forma como as fronteiras na vida social são constituídas e mantidas é eminentemente arbitrária e cultural. É particularmente o caso da distinção entre os domínios do lazer e do trabalho (*cf.* acima, p.131), cuja interpenetração a comunicação permanente e ubíqua facilita. Ela não só transforma a relação entre os espaços públicos e privados como esbate a demarcação entre a vida profissional e a vida pessoal, admitindo novos padrões de coordenação e associação (Campbell & Park, 2008; Kopomaa, 2000).

Tendo no espaço das geocaches o foco em torno do qual a rede de relações se desenvolve e o tempo se reparte, intermetendo crescentemente instantes de lazer dentro de deslocações empreendidas para outros fins, o geocaching constitui um exemplo paradigmático de transversalidade entre domínios de vida.

Assim, a mediana dos respondentes ao nosso inquérito admite como “frequente” “consagrar parte do dia ao geocaching quando em deslocação por outro motivo” (Quadro 8.14, p.206).

Alguns praticantes logram mesmo integrá-lo dentro dos tempos da sua actividade profissional, por exemplo, um dos nossos entrevistados, fez disso um trunfo junto da loja de equipamento desportivo em que trabalhava. Enquanto outros, com profissões inerentemente móveis, como por exemplo militares participando em missões internacionais, não deixam de o ter presente nos aparentemente mais atípicos cenários enquanto, alguns, igualmente, o introduzem como forma de extensão das pausas consagradas no labor profissional, como por exemplo o almoço:

As pessoas, pronto, consideravam isso como **uma coisa boa para a loja porque trazia outros geocachers** à loja e, portanto, nesse sentido até se falou e eu até cheguei a por lá coisas minhas na loja, geocoins e não sei quê para vender que eu tinha da minha loja antiga. E, portanto, o geocaching acabou por ser interessante. (TP, em Entrevista)

Em vez de ócio e descontração podemos chamar-lhes períodos de descanso e de camaradagem, isto porque em missão não há lugar para o ócio, há sempre qualquer coisa para fazer, e a descontração fica guardada para casa, quando se descontraí num teatro de operações raramente as coisas correm bem. **Também não existem barreiras separadoras, é natural que em missão após um período de actividade surja um outro de descanso, este por sua vez é aproveitado da melhor maneira por cada um dos intervenientes.** (JM, GM 9)

**A ideia era mesmo sair do gabinete e arejar a cabeça** ao vasculhar mais uns arbustos ou pedras! É claro que não somos diferentes das outras pessoas, por «isso rapidamente **se começaram a juntar a nós uma série de amigos de aventura.** (BH, GM 16)

Ao inverso, ele é igualmente um mostruário ao qual se estendem as profissões de quem o pratica, em que estas não só condicionam a sua adopção, como, pela sua diversidade, permitem enriquecê-lo, desenvolvendo novas fórmulas.

A entrada de pessoas de diversas áreas profissionais acrescentou uma maior diversidade de enigmas das caches mistério assim como, na criação de eventos que desafiam a coragem e a imaginação de cada um. (GM 12)

Como resultado, é possível observar que não só o geocaching permite introduzir dinâmicas de lazer nos tempos de trabalho e vice-versa como *a la longue* para boa fatia estas tendem a gerar novas relações.

Numa fase inicial estivemos sozinhos, mas mais tarde para um melhor conhecimento e interacção, acabámos por frequentar alguns eventos, onde acabámos por conhecer vários tipos de geocachers com dinâmicas diferentes e histórias que enriqueceram a nossa passagem pela comunidade. (TE, GM 18)

Sustentando o argumentado (acima, p.260 e seg.s), se as redes só funcionam se forem activadas de forma intermitente através de ocasiões para a co-presença, a virtude aparente das práticas em torno das plataformas especificamente locativas é instituírem mecanismos particulares de deslocação e encontro. Os testemunhos hiperabundam neste sentido:

#### **Figura 11.7- Foto de grupo de evento comemorativo dos 12 anos de geocaching**



Crédito fotográfico: geocaching@pt

Se me pedissem para encontrar, numa só palavra, aquilo que o geocaching me deu, diria: Amigos. Sem dúvida alguma. Sim, estive (estarei?) em muitas aventuras, caches épicas, convívio, grupos, locais do além, **mas os amigos que encontrei foram a melhor coisa que o geocaching me deu.** Com eles e não só, já tivemos cachadas fantásticas, muitas histórias para contar... (SP, GM 17)

Por vezes contamos com a **companhia de geocachers da zona ou em actividades comuns**, que por vezes acabam em momentos de confraternização com a troca de experiências e relatos as histórias vividas ou na participação em algum evento (MA, GM 1).

**Estes desconhecidos tornaram-se amigos e companheiros de caçada**, tendo-me levado ainda a conhecer muitos outros dos mais ilustres geocachers históricos, por quem ainda hoje nutro muita amizade! (BH, GM 16)

Tenho o prazer e o privilégio de ter um **grande grupo de amigos obtidos à boleia do geocaching**, e os melhores momentos são com certeza os momentos que passo com eles. Isso dá-me alegria (BR, GM 1).

Creio que consigo contar pelos dedos de uma mão os *finds* que fiz sozinha. **A partilha é para mim a componente essencial do jogo e sinto absoluta necessidade de partilhar** a viagem, a caminhada, a busca, a aventura, o sorriso de satisfação ou a surpresa do momento, com alguém. Um pequeno grupo de 4 ou 5 pessoas motivadas e bem-dispostas é normalmente, do meu ponto de vista, o cenário mais equilibrado para uma boa jornada de Geocaching (FC, GM 5).

As **amizades** que vou criando e mantendo relacionadas com o geocaching é o que de melhor o jogo oferece. Eu sou sociável e o convívio surge naturalmente. **É sempre uma festa quando a malta se encontra** e partilha momentos de aventuras e descobertas. Cada um tem as suas particularidades e em são companheirismo vive-se com mais qualidade (FR, GM 6).

Costuma-se dizer que o **melhor do geocaching são as pessoas que se conhecem**, e nós naturalmente partilhamos essa opinião (T&L, GM 7).

O geocaching para além de descobrir tesouros é também conhecer novas pessoas e fazer novas amizades; **essa componente social é importante no geocaching**. (PS, GM 10)

Apercebemo-nos agora, ao escolher estas caches, que talvez elas não sejam especiais apenas pelo que podem representar mas **porque muitas delas foram experiências partilhadas com bons amigos** (VC, GM 11).

Da amostra dos respondentes ao nosso inquérito, 65,7% dos geocachers admitem já ter participado em encontros relacionados com o *hobby* (Quadro 11.12). Ao mesmo tempo 46,2% reconhecem já ter aproveitado os contactos sociais estabelecidos no âmbito do jogo locativo nalgum aspecto da sua actividade profissional (Quadro 11.13), contando-se entre as expressões dessa mobilização uma maioria de aproveitamentos do foro cognitivo (correspondentes em 19% dos casos à incorporação das competências desenvolvidas no geocaching para melhorar a prestação profissional - como ilustração destas, vejam-se ainda as declarações manuscritas de respondentes ao inquérito comentando a incorporação do geocaching na sua actividade profissional reproduzidas infra) e uma minoria de entre 5 e 7% de casos que os traduziu na aquisição ou venda, respectivamente, de produtos ou serviços.

Incorporei em actividades de team-building

Formação na área da topografia

Desenvolvi capacidades de raciocínio matemático e melhorei bastante as minhas competências interpessoais, que são importantes para a minha profissão.

**Quadro 11.12 - Já participou em encontros relacionados com o geocaching?**

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	Sim	335	56,9	65,7	65,7
	Não	175	29,7	34,3	100,0
	Total	510	86,6	100,0	
Omisso	Sistema	79	13,4		
Total		589	100,0		

**Quadro 11.13 - Já aproveitou os conhecimentos adquiridos no âmbito do geocaching nalgum aspecto da sua actividade profissional? Em caso positivo, de que forma?**

	Não seleccionado		Sim	
	Contagem	N % da linha	Contagem	N % da linha
Criei uma oportunidade de negócio especificamente relacionada com o geocaching.	506	98,6%	7	1,4%
Outra forma. P.f. explicita.	504	96,5%	9	3,50%
Estabeleci um contacto que contratou ou levou outros a contratar os meus serviços.	496	96,7%	17	3,3%
Estabeleci um contacto cujos serviços depois contratei ou levei outros a contratar.	486	94,7%	27	5,3%

Aproveitei para criar uma ou mais caches relacionadas com o meu trabalho tendo em vista dar-lhe visibilidade.	478	93,2%	35	6,8%
Estabeleci um contacto que depois consultei informalmente para a solução de uma dúvida ou problema.	456	88,9%	57	11,1%
Usei/incorporei certas competências que desenvolvi no geocaching para melhorar um dado aspecto do meu trabalho.	416	81,1%	97	18,9%
Não. Nunca retirei qualquer partido profissional da minha actividade como geocacher.	237	46,2%	276	53,8%

Assim, em conclusão, a mobilidade corpórea e virtual pode constituir uma forma de capital conquanto aumente as possibilidades do indivíduo se associar e mobilizar outros que se lhe possam ser úteis. Especificamente, na medida em que aumenta a propensão para a deslocação e diminui a fricção da distância, permitindo ao praticante colocar-se em contacto com outros, o geocaching permite a porção significativa adquirir capital social através do aumento da “acessibilidade” dos seus praticantes, incrementando as possibilidades de virem a ser solicitados por outros e gerando expectativas de reciprocidade que geram vínculos de obrigações e compromissos. “Dívidas” cujo peso à partida não é monetário, mas resultado do compromisso emocional e da cumplicidade engendrados no lazer e que quando “cobradas” podem funcionar mais eficientemente pois o seu carácter utilitário não é tão transparente, nem tão repugnante/descartável. Ou seja, admite-se, sendo a cumplicidade gerada através do jogo, quando a solicitação é transferida para o universo profissional a lógica da reciprocidade permite actuar como pedra filosofal, transmutando o capital [“trabalho acumulado”, *apud* Bourdieu (1986)] entre ambos os campos. Sobretudo, permitindo a conversão do capital simbólico relacional em capital económico, subordinando a lógica utilitária dos interesses à comunhão dos afectos de uma forma mais eficiente.



## Capítulo 12 - REVISITAÇÃO DAS HIPÓTESES

### 12.1 OS INDIVÍDUOS ADOPTAM OS MÉDIA LOCATIVOS E APROPRIAM-SE DO ESPAÇO DE FORMA OPORTUNISTA, BASEADOS NO SEU INTERESSE APERCEBIDO PARA OS SEUS OBJECTIVOS.

A hipótese confirma-se e a dinâmica de jogo do geocaching permite observar as formas que essa apropriação pode assumir, asseverando o pleno dos cenários sugeridos por Lash relativamente aos efeitos da individualização do consumo (acima, p.120) como não exclusivos e em particular a racionalidade instrumental do hedonismo calculista, de acordo com a qual “a cultura do consumo promove necessariamente a ambivalência, oferece um mundo para além da escassez e da privação, o sonho da abundância, porém o seu *modus operandi* procede através da comodificação, do cálculo do valor monetário. Ela encoraja (...) uma relação de custo-benefício entre prazer, tempo e outras pessoas” (Featherstone, 2007, p. xxii).

De facto, nos termos de Bell (1978, p. 149), o geocaching permite integrar de forma peculiar as três estratégias típicas de conciliação do individuo com o mundo: apelo à *natureza* [vazão da pulsão energética do organismo como imersão reactiva no ambiente natural intocado face à versão cintada consoante se apresenta nos ambientes urbanos - *cf.* acima p. 167 e seg.s e nota 133, p.162], à *técnica* [mobilização da tecnologia, como apelo natural à brincadeira perante o “desconhecido”; seja o da própria tecnologia locativa *per si* como “novidade” e alvo de “descoberta”, nos termos de Ortoleva (acima, p.137), seja como forma de palição do risco face ao apelo romântico do *locus horrendus*, efectivamente mantendo a imagética da sua convocação, porém removendo-lhe o “espectro” (veja-se ainda o Anexo C. p. XXXI e seg.s), e à *dimensão social* [conciliação com o apelo da socialidade e a orientação para as relações, tipicamente pós-industriais, *cf.* acima, p.268].

Para Bell, historicamente, quando a vida se torna arbitrária, apela-se à “religião” e “reza-se” à sorte/destino (*op. cit.*, p. 151). Nas contemporâneas sociedades informacionistas, simultaneamente marcadas pela instabilidade do emprego, pela competitividade económica global e por níveis crescentes de escolarização e capital cultural, promovendo o paradigma do saber positivista, a tecnologia constitui o novo motivo de “efervescência colectiva” (Alexander & Smith, 2005, p. 215), assumindo o valor do sagrado, e os *gadgets* a feição de oratórios portáteis (*cf.* nota 85, p.108) mediante cujos rituais de “auto-publicação”, no discurso digital do “novo espírito do capitalismo” (*cf.* acima, p.112), os indivíduos encontram nas “redes” (Fisher, 2010) forma de se integrarem na ordem simbólica vigente e de se mostrarem salvos, esgrimindo os seus estilos de vida, sucumbindo por vezes ao beatério consumista de um excesso de “terço”, ora mediante práticas acumulacionistas (acima, p.234), ora mediante a degeneração do elemento “competitivo” no jogo como “batota” (acima p. 135 e p.241) em que o ambiente em rede permite uma gestão táctica da informação (Certeau, 1984, p. 34 e seg.s; Meyrowitz, 1985, pp. 52-67) e, nos seus bastidores, surgem *teams* que permitem aos indivíduos manipular a apresentação das suas fachadas digitais e encontrar atalhos para aumentar a respectiva *performance*, fomentado em conformidade a sua posição.

Tais tácticas podem igualmente ser compreendidas à luz da desconstrução da ilusão

*logôcentrica* empreendida por Derrida (acima, nota 26, p.38), estabelecendo um paralelo entre o funcionamento da linguagem/programação da plataforma locativa e a apropriação tecnológica tal que, da mesma maneira que para todo o jogo, segundo Huizinga, se desenvolvem formas degeneradas, toda a tecnologia encerra possibilidades que permitem o triunfo dos fins sobre os meios e a instituição do primado do subjectivo (interesse particular) sobre o universal, desvirtuando o seu *logos* (a lógica manifesta nas suas regras explicitas). Cada tecnologia deve assim ser compreendida como encerrando um potencial de batotice, de criar atalhos entre fins universais e particulares, formas através das quais a aparência prima sobre a realidade (Feenberg, 2005, pp. 6-11). No caso do geocaching, reclamando, por ex., caches ou *trackables* que efectivamente não se fez ou encontrou.

A adopção da tecnologia em função do raciocínio latente relativamente ao “controlo” que permite, nos termos da formulação do *Apparatgeist* de Katz e Aakhus (2002a) faz-se, nesta medida, quando em causa está o “jogo”, efectivamente, também, em função dos termos da “batota” que admite, permitindo transferir o princípio de que quanto mais desregulada e mais consentir a desvirtuação e a exploração dos meios que disponibiliza para fins particulares mais bem sucedida é uma tecnologia ou plataforma comunicativa.

A *potentia* de um média digital depende não daquilo para que foi programado, mas daquilo para que é possível reprogramá-lo, não apenas das suas “rotinas” e “algoritmos”, mas da acção autopoiética (auto-produtiva) dos indivíduos sobre eles, apoiando, nas sociedades pós-fordistas, críticas do fordismo, o predomínio dos princípios do hedonismo (prazer), da estética (beleza) e da expressividade individual sobre a utilidade e a justiça.

Analogamente a Bell, na sua análise da vida quotidiana Lefebvre (1991a) enfatiza o facto da modernidade dissolver a intersubjectividade genuína e o carácter festivo das comunidades pré-modernas gerando uma “consciência solipsista, introspectiva, centrada na especialização ocupacional, vida familiar e formas determinadas pela classe de consumo” (Gardiner, 2000, p. 83), passando os indivíduos a relacionar-se num mundo *comodificado* onde o afecto é substituído pela “razão abstracta, formal e metafísica” (Lefebvre, 1991a, p. 132), “em que se instituí a ilusão de que se possui os objectos e os outros indivíduos através da cognição abstracta deles levando a uma hiperinflacção do imperativo do ego, autocontido, que nos encoraja a adoptar uma atitude puramente instrumental em relação ao mundo vendo-o como um meio e não um fim” (Gardiner, *idem*).

Neste quadro interpretativo do mundo da vida, modernamente marcada pela lógica funcionalista tecnocrática, pela destruição das comunidades orgânicas e pela mistificação entre valores de uso e de troca, o jogo locativo é relevante. Primeiro porque, concomitantemente com Huizinga e Caillois, parte da sua função é recuperar a festividade, o carácter emotivo e pré-reflexivo. E em segundo lugar porque, sendo “locativo”, ele torna possível contrariar a indiferenciação do espaço, permitindo simultaneamente consumi-lo e produzi-lo, correspondendo ainda ao desejo transcendente de desrotinização, como necessidade e impulso utópico genuíno. Assim, finalmente, pode-se dizer que o jogo locativo cumpre a promessa do “virtual” como “virtuoso” - na acepção genética reconhecida por Shields (2003) -, arranca-o à anomia como espaço substituto e converte-o num impulso para a expressão, exploração produção e

inscrição da individualidade no meio. Em que se ser e estar no mundo, compreendê-lo e errar nele, na sugestão de Heidegger<sup>204</sup>, se equivalem, então o jogo locativo permite uma forma de existencialismo e de “pós-turismo” recuperador de algo da demanda do “peregrino” (Bauman, 1996) nas sociedades pré-revolução industrial, como reacção em que os indivíduos se recusam a ser tratados como massa anónima (Urry & Larsen, 2011, p. 102) e em que o consumo surge de forma menos funcional e crescentemente mais esteticizada, baseada na desdiferenciação (i.e., na quebra da separação, *cf.* nota 102, p.121 ) entre viagem, cultura e retalho, trabalho e lazer, actividades desportivas e *hobbies* informais.

A forma como o geocaching joga o espaço em regime de competição festiva pode ser interpretada nos termos do humanismo de Lefebvre como constituindo um esforço dos seus participantes em se afirmarem como "homens totais" (Lefebvre, 1991a, p. 66), almejando um "homem na plena posse do seu ser, rico e profundamente vivo" (Gregory, 1994, p. 363) ou, nos termos de Maslow (1970), o homem que busca o cúmulo da sua realização e reclama a sua margem de manobra através do domínio do espaço e do valor do panorama como carreador da liberdade de acção e sugestivo, num golpe de vista, da infinitude dos seus cursos possíveis. Um repto empírico, espontâneo e largamente auto-organizado contra a construção artificial do espaço, apropriando e convertendo os mesmos instrumentos que permitiram a sua edificação em instrumentos vivificadores da experimentação e da recuperação pelo *urbex* (acima, p.159) do espaço marginal e erodido (Hetherington, 1997). Contra e dentro deste espaço mentalista e manietador - o espaço das plataformas de informação geográfica - ergue-se uma actividade dissidente que propõe a imersão do corpo na natureza e um regresso ao espaço natural e concreto, o espaço dos lugares como ponto de encontro entre pessoas e afectos numa nostalgia de comunitarismo em que à "verdade do espaço" se impõe o "espaço verdadeiro", e as representações do espaço suplantam o espaço das representações; em que a vivência social do espaço engendra diferencialidade dentro das técnicas da sua idealização, exploração e organização administrativas.

Neste particular, Lefebvre e Harvey mostram-se concordantes quanto à crescente abstractização do significado e do valor como condição contemporânea de remedeio das crises de sobre acumulação e excesso de mão-de-obra do capitalismo, permitindo situar a deriva para o digital como representação lógica e crescentemente abstracta do espaço, características das modernas sociedades urbanas, em que ele é alvo de *zoning*. Enquanto no espaço analógico as coisas e os seus significados se equivaliam funcionalmente, não havendo "substituição", nas sociedades contemporâneas a incapacidade do dinheiro - desmaterializado e ficcionado com o abandono do padrão-ouro - como forma de representar valor tangível traduz uma crise de representação no capitalismo avançado em geral.

Assim, numa analogia espacial, as redes sociais operam sobre as fachadas individuais o efeito operado pela arquitectura renascentista no frontispício dos edifícios (acima, p.19): admitem uma composição geométrica, digital/representativa/substituta do corpo; elas operam sobre o individuo o mesmo efeito de abstractização operado sobre o dinheiro.

O *self* digital é um *self* de fachada, um *self* composto e que se compõe. Um *self* que, tal a moeda,

---

<sup>204</sup> Para uma análise dos média locativos contemporâneos feita numa moldura fenomenológica veja-se o recente trabalho de Evans (2015).

uma vez ingressada no sistema bancário, infinitamente se pode desmultiplicar e re-emprestar, encontra nas plataformas *online* uma forma ilimitada de reprodução e recomposição. Inclusive possibilitando múltiplos perfis, para maior “competitividade”.

Em tal universo de profusão comunicativa, o “registro autêntico” alegadamente perde-se num efeito esquizofrênico de um indivíduo que mantém simultaneamente múltiplas fachadas, tantas quantas as redes onde marca presença, passando o problema a ser um de consistência entre elas. Mais ainda, colocando o valor mesmo desta última em causa; em que contra o valor do *self* como necessidade jurídica e legal, ela é em certa visão desvalorizada como desiderato e olhar moral(ista) sobre o comportamento. Na óptica semiótica, o nosso *self* em rede é um *self* incongruente, plástico, experimentador, brincalhão, si próprio e o seu contrário. E seria a possibilidade deste experimentalismo que se retiraria como contributo positivo da comunicação em rede.

A gravidade do campo social de Bourdieu e a sua conceptualização da Sociologia como *topologia social* (Bourdieu, 1991, p. 229 e seg.s), porém, vêm em nosso socorro introduzindo princípios de ordem no caos deste universo ébrio que, assim caracterizado, seria ininteligível, sugerindo que “o mundo social pode ser interpretado na forma de um espaço multidimensional construído com base nos princípios de diferenciação ou distribuição constituídos pelos conjuntos de propriedades activas no universo em consideração, passíveis de conferir força ou poder ao seu possuidor nesse universo.”

Os campos sociais em rede constituem círculos concêntricos (Lange, 2010) e arenas de luta pela legitimação através da definição dos recursos a que é atribuído valor e pelos quais se compete, pelo monopólio do exercício da violência simbólica através da definição da cultura legítima. No geocaching tal luta foi feita do conflito de posições que institui de um lado a figura tutelar do *guru* e do outro a do *programador* (cf. acima, p.242). Figuras que Bourdieu por seu turno sintetiza como oposição entre a ortodoxia dos valores instalados e heterodoxia dos valores incumbentes que a lógica da distinção forçosamente implica, entre – em termos weberianos - as figuras do padre e do profeta; os conservadores da ordem estabelecida – valorizando formas de capital de que estão bem-dotados - e os proponentes da “heresia” contraditória – tentando substituí-los por outras mais conforme os seus interesses.

Na visão bourdesiana, as relações entre campos não são funcionais (tal o sentido dominante da interpretação do “individualismo em rede”, cf. acima, p.87 e seg.s, emergindo as estruturas sociais como resultado agregado do cálculo racional consciente), funcionando ao invés por homologia estrutural e “orquestração objectiva” dos campos da produção e consumo culturais actuando “objectivamente” através do *habitus*, estruturado e estruturante. “A lógica de funcionamento dos campos de produção de bens culturais, junto com as estratégias de distinção que determinam as suas dinâmicas, levam a que os produtos do seu funcionamento (...) sejam predispostos a funcionar diferencialmente, primeiro entre fracções de classes e depois entre classes. Os produtores podem estar totalmente envolvidos e absorptos nas suas lutas com os outros produtores (...) e ao mesmo tempo inconscientes das funções sociais que preenchem, no longo prazo, para uma audiência particular...” (Bourdieu, 1984, p. 233).

A ideia das “redes pessoais” é, por conseguinte, ilusória pois os indivíduos não conhecem existência independente dos campos sociais em que se integram e a sua dialéctica com os outros faz-se

por relação a eles. São as articulações que os indivíduos estabelecem nos e entre campos que explicam a dinâmica do posicionamento e não estritamente os seus interesses individuais, pois os últimos são sempre relacionais (interesses em relação a algo a que é atribuído um valor cuja percepção da escassez foi tacitamente negociada). As mudanças na forma (mormente o advento da comunicação pessoal de massas) não são incompatíveis com a lógica da continuidade estrutural nas relações entre classes pois como se viu a lógica da diferenciação ela própria presume que uma heterodoxia emerja por relação à ortodoxia vigente, condição da perpétua diferenciação.

A necessidade de distinção permanece, o que variam são as configurações pelas quais ela pode ser lograda, subsistindo o facto de que em boa medida “as relações entre os campos, tal como a posição entre campos, resultam de factores estruturais, não da intenção dos actores”.

O individuo posiciona-se nas plataformas de redes sociais como moderada capacidade de intervir na *illusio* que elas permitem, ele labora dentro dos constrangimentos e oportunidades que lhe são disponibilizadas exercendo aí o seu *habitus* e é este que inclina as suas opções, segundo a fórmula de acordo com a qual uma dada prática resulta do *habitus* em função da experiência passada e respectivo capital acumulado colocados em confronto com um dado campo social: Prática = “[*habitus* \* capital] + campo” (Bourdieu, 1984, p. 101).

A introdução de Bourdieu no estudo dos Média Sociais permite assim salientar que a sua formulação não é matéria nem estritamente individual nem estrutural, como na tradição crítica da escola de Frankfurt quanto às indústrias culturais. Nem fruto de “comunidades pessoais” transitivas nem necessariamente condicionamento das multidões manipuláveis (Tarde, 1901) mas nos termos do *habitus* algo de simultaneamente por um lado “imediate e emocional, para além do cálculo racional e por outro algo de estruturado e fundamentalmente ligado ao poder e à posição social” (Jann, 2003; Papacharissi & Easton, 2013).

Em conformidade, a análise dos campos enfatiza a necessidade do investigador concentrar a sua atenção num nível passível de explicar a lógica integrativa da competição entre pontos de vistas opostos levando-o “a procurar fontes de conflito num dado domínio, a relacionar esse conflito com as áreas mais amplas da classe e do poder e a identificar as assunções latentes partilhadas pelas fracções em oposição” (Swartz, 1997, p. 126).

Como campo e forma de hedonismo calculista, permeável aos valores do ambiente social alargado, o geocaching revela neste plano uma tensão entre as lógicas de distinção pelos números e pelas amizades, pela competição e pela integração, pela prestação social (sociabilidade) e pela prestação numérica como acumulação de feitos, equivalentes ao privilegiamento do espaço, da tecnologia e das relações sociais elas próprias, as últimas das quais correspondem aos valores da ortodoxia dominante.

O *habitus*, porém, opera de forma opaca, ele manifesta-se através dos seus efeitos, como mecanismo largamente inconsciente e a sua acessibilidade ao investigador é limitada na medida em que o seu modo de operação nem sempre é claro para os próprios objectos de investigação, facto agravado pela especificidade do jogo como objecto de estudo, em que pontificam o fingimento e o mimetismo deliberados.

Mecanismo que Elder-Vass (2010, p. 93) diagnostica dentro dos limites do *raciocínio ex-post* dos actores, como domínio daquilo que como exercício justificativo eles vêem a crer terem sido as suas motivações e uma “demonstração falível acerca das motivações ao tempo da acção original”, admitindo que facilmente ocorra uma fractura entre as razões *consciente* e *inconsciente* [crenças e desejos implícitos nas suas redes neurais como entidades mentais – na senda de Goleman (2006)] nem sempre sendo os meandros da segunda acessíveis (isto é, passíveis de ser trazidos à consciência).

O *habitus*, portanto, é tendencialmente inverbalizável, forçando o pesquisador à inferência a partir da observação das forças contraditórias e deixando, nessa medida, porventura, um travo de insatisfação em não ter chegado ao fim com o equivalente a uma “polaroid”.

Assim, à luz da sociologia do lazer, a questão audaz a colocar perante a coincidência de resultados em que os geocachers mais produtivos e necessariamente competitivos são os que se declaram mais motivados pelas pessoas é a nosso ver a seguinte: **até que ponto tal não corresponde a um esforço de nobilitar perante a própria consciência e o próprio auto-conceito o “acto de vagabundagem” constituído pelas centenas ou milhares de deslocações de outra forma improdutivoas?** Se o elemento competitivo não surge aí sublimado, procurando-se investi-lo de propriedades sociais e como tal socialmente aceitáveis perante os olhos dos outros e perante a interiorização de valores que os próprios deles fazem? Não tendo, porém, sido possível demonstrá-lo cabalmente.

No mínimo, retira-se como ilação a conveniência de explorar futuramente mais profundamente os instrumentos intensivos, em particular a entrevista.

Aos reparos de Lahire (2002, p. 35 e seg.s) quanto aos limites da teoria dos campos, acresce ainda que a análise neste trabalho empreendida ao jogo locativo, envolvendo inerentemente as expressões festiva e emotiva, tornou ainda evidentes outras limitações inerentes à abordagem bourdesiana (Jenkins, 2002, p. 96).

Em primeiro lugar, a análise da dinâmica interna do geocaching como estilo de vida, forçou a necessidade de tentar fazer sentido dos dados para além das variáveis sociodemográficas estabelecidas, compelindo à introdução de um mecanismo classificatório (no caso segmentando a população em perfis-tipo) que embora, a nosso ver, devidamente justificado, deixa o flanco desprotegido quanto ao levantamento, em abstracto legítimo, de dúvidas quanto aos resultados em função obtidos serem reais ou correspondentes a artefactos da análise

Em segundo lugar, ao afastar-se do transcendentalismo apriorista de Kant (Grenfell, 2004, p. 89), Bourdieu situa as emoções ao nível do gosto como condicionamentos inconscientes determinados pela estrutura de posições sociais. Recusando que a estética possa ser uma reacção individual inata, revela, porém, uma noção pobre da forma como a psicologia individual actua na criação do gosto em que a preferência estética tem certamente a sua significância.

De facto, em Bourdieu as emoções tendem a limitar-se a uma de duas coisas: satisfação ou repulsa face à conformidade com ou transgressão do sentido de gosto, consistindo em reacções à interiorização normativa (o sentido de honra) do funcionamento social.<sup>205</sup>

---

<sup>205</sup> Sobre o lugar das emoções em Bourdieu cf. Reed-Danahay (2005, p. 98 e seg.s).

Visão que se poderia porventura expandir adoptando uma noção mais rica, porém compatível, para o que, em particular, a “Teoria do Poder-Estatuto das Emoções” de Kemper (1978, 2011) parece candidato adequado, fornecendo uma rica taxonomia,

Nela o autor tenta demonstrar como estatuto e poder constituem duas macrodimensões fundamentais subjacentes a toda a forma de interacção. Princípios análogos a *Eros* e *Thanatos*, vida e morte, na formulação de Freud, prosseguida na pegada de Empédocles que nomeava já o “amor” e o “agravo” como princípios axiais determinantes da conduta e que, no plano macro, a nível societal, podem ser renomeados como “liberdade” e “justiça”, respectivamente. Alternadamente, as duas grandes pedras de toque de todas os grandes movimentos e revoluções sociais, correspondentes à luta pela regulação e moderação do poder (delineando os limites da liberdade) e por uma distribuição equitativa dos recursos disponíveis na sociedade (gestão do estatuto).

No modelo de Kemper, em diálogo crítico com E. Durkheim, E. Goffman e R. Collins, poder e estatuto manifestam-se no seio dos grupos de referência e nas relações sociais em geral como balanço de activos em função do qual se desenvolvem estratégias comportamentais tendentes ao restabelecimento do equilíbrio entre actores, levando a que aqueles em situação de déficit actuem, seja tentando aumentar os seus, seja reduzindo os alheios.

As emoções (estádios emotivos), por conseguinte, traduzem sentimentos de desigualdade, constituindo um impulso que leva a agir perante as necessidades, entre outros, do que se entende como ser alvo de níveis adequados de apreciação, respeito, aprovação, aceitação ou afecto. Elas podem ter carácter estrutural, antecipatório ou consequente, consoante resultem de uma interacção continuada *a la longe*, de um raciocínio prospectivo quanto aos resultados futuros ou como resultado de uma interacção de poder-estatuto a decorrer.

Tal remete para a curialidade da reformulação da hipótese levantada, conferindo-lhe maior precisão, mediante a sua reformulação em algo como: **“Os indivíduos adoptam os média locativos e apropriam-se do espaço de forma a corresponder às suas necessidades de manutenção e obtenção de poder e estatuto.”**

Nesse caso, não seria difícil reconhecer no geocaching os diferentes modos de operação sugeridos. Designadamente, como estratégias para reclamar *status*:

- *Obtenção formal de acordo com critérios universais*, presente em particular no EarthCaching, mediante o requisito de aprovação (*peer review*), de preferência em função da credibilidade conferida pelo posse do pergaminho académico, reclamando conhecimento específico.
- *Apelos normativos*, presente no caso dos que sugerem a necessidade de introduzir o associativismo na actividade. Visto, no reverso, como acto ansioso de quem sente que o controlo lhe escapa.
- *Obtenção extrema e perigosa*, no caso das caches do tipo “radical”, mormente em terreno difícil.
- *Reclamação de conhecimento interno particular ou pericial*, de uma forma geral na reclamação do conhecimento instintivo dos lugares, mas também no desenho do tipo de *puzzles* e ou contentores.
- *Reclamação de uma experiência profunda*, no mútuo reconhecimento do valor da paisagem e da Natureza, através da revelação dos locais “secretos” onde ela se pode experimentar.
- *Primeiro Adoptante*, na reclamação de superioridade moral por parte dos praticantes mais antigos.
- *Conduta Exemplar*, na acção tipo do Guru. Mostrando tristeza com o desleixo na actividade (falta de manutenção das caches, ausência dos elementos mínimos à sua constituição etc...) tendo, porventura, no reverso, a expressão de um sentimento de insatisfação com a redução da saliência/reconhecimento do entendimento próprio.
- *Humildade*, no acto de auto-desvalorização dos jogadores mais bem-sucedidos como sentimento de

culpa ou vergonha resultantes do íntimo reconhecimento de ocupar uma posição excessivamente desigual.

- *Vitimização e Queixume*, na insatisfação dos que se queixam das *teams* como criando condições de desigualdade no seio do jogo. Tendo porventura como reverso uma expressão de raiva que traduz insatisfação com a desvalorização do próprio esforço.
- *Recurso ao humor e à função de bobo da corte*, frequentemente presente nos artigos do Geocaching Magazine como mecanismo de relativização, paliando a tensão do conflito pela sugestão da “tolice” de levar a actividade demasiado a sério. Lembrete no tipo da expressão informal: “quando se estão a esgadanhá-lo, não se esqueçam de que isto é só a brincar”.
- *Recuperação da Nostalgia*, mediante a presença recorrente do tema “antigamente é que era bom”. Oitava do “Primeiro Adoptante” (supra). Bem como na incorporação nas geocaches de signos de tipicidade, mormente da vida rural
- *Jogos*, na manutenção de concursos e actividades recreativas, mediante a atribuição de “prémios às melhores caches” em diversas categorias e a realização de eventos. Forma de conceder face.
- *Gabarolice*, generalizada na ostentação de *badges* nos perfis e porventura no tom impresso à redacção de alguns *logs* e *posts* em fóruns, exibindo “mérito”.

Finalmente, ainda outra estratégia de enriquecimento da análise, consistiria em admitir que o pensamento do social padece tendencialmente de um efeito selectivo análogo aos do Mass Média, para quem apenas as “más notícias” são notícia, admitindo nesse caso uma super-empolgação do conflito e a possibilidade de, mantendo a discussão de poder e estatuto em termos meta-históricos como liberdade e justiça, reformulá-los, porém, tal Honneth (1995), em termos explicitamente normativos, como necessidade de “reconhecimento” – *cf.* Downey (2008).

## **12.2 AS PESSOAS QUE USAM SÍTIOS DE REDES SOCIAIS CONVERGIDOS COM TECNOLOGIAS DE GEORREFERÊNCIA REFLECTEM MAIS SOBRE OS PROCESSOS DE CRIAÇÃO, VIVÊNCIA E IMAGINAÇÃO DO ESPAÇO**

Uma das nossas hipóteses de trabalho prendia-se com a possibilidade de a utilização específica de tecnologias e plataformas de redes sociais em que a localização surge como elemento dominante na organização da informação e nas trocas entre participantes aumentar em consequência a reflexividade destes relativamente ao espaço e aos locais. Esta hipótese confirma-se, porém, evidenciando limites e particularidades.

Especificamente, nos termos de Archer (2007, pp. 93-96), reconhece-se no geocaching um estilo eminentemente reflexivo-comunicativo em que, concomitantemente à perspectiva narrativa (*cf.* acima, p.245), a prática de lazer com recurso às plataformas móveis locativas institui oportunidades dos indivíduos comunicarem a sua identidade em função da sua ligação aos lugares, apropriando-se das suas qualidades, fornecendo, em acréscimo, o espaço geográfico, enquanto elemento perceptivelmente “neutro”, um pretexto que fomenta a confiança e permite lubrificar o diálogo, contrabalançando o autopolicamento inerente à produção do texto como forma rastreável e comprometedora (*cf.* acima, p. 247 e seg.s), levando-nos à sugestão de que nas plataformas de localização a preocupação auto-reflexiva do “quem sou” foi substituída pela reflexão sobre o “onde estou” como forma de demonstração do respectivo modo de vida e, no caso do geocaching, pela própria opção por este enquanto estilo de vida particular em que motilidade - passibilidade de se ser móvel *apud* Kaufmann, Bergman & Joye (2004)) - é valorizada como recurso escasso e forma de capital .



De outro modo, quando directamente questionados sobre se as tecnologias de localização os levam a reflectir sobre as suas deslocações e os locais onde os levam, a maioria dos respondentes ao nosso inquérito (53,4%) manifestou-se de acordo contra apenas 18,1% de discordâncias (Quadro 12.1), enquanto 66,8% admitem que estas lhes permitem uma melhor organização e recuperação subsequente das memórias (Quadro 12.2). A concordância sobe para 83,5% quando se reduz a questão à dimensão da melhoria do conhecimento da geografia e do espaço (Quadro 12.3).

Existe, por conseguinte, um diferencial assinalável entre o reconhecimento da utilidade prática e em discernir necessariamente alguma capacidade de melhoria a nível da capacidade crítica.

Para esse efeito, no que especificamente diz respeito aos utilizadores alternativa ou cumulativamente do Google Maps, FourSquare e TripAdvisor, 53,4% de entre estes admite ter uma postura passiva em que nunca escreva nada e se limita a ler o que os outros escrevem (ver Quadro 12.4), constando-se igualmente o auto-reconhecimento de uma tendência superior para concordar do que para discordar do que se encontrou escrito.

Os demais, questionados sobre se escrevem mais frequentemente sobre locais novos ou locais que frequentam por rotina, pronunciam-se esmagadoramente (37,4 contra 9,3%) em favor do critério novidade.

O corolário óbvio é de que uma vez que os comentários de utilizadores que visitam pela primeira vez um sítio e têm dele a amostra de uma única experiência predominam numa proporção de quase 4 para 1 sobre os de quem deles tem um conhecimento continuado, pela pura lógica das probabilidades, a margem de erro na percepção expressa tende a ser muito grande.

Na óptica da escrita, as pessoas preferem registar a novidade conquanto na óptica da fiabilidade – seja, da reprodução de um testemunho significativo da experiência que os locais proporcionam - se recomendaria que elas escrevessem eminentemente sobre o que conhecem bem.

**Quadro 12.1 - Com base na sua experiência diga em que medida concorda ou discorda com as seguintes afirmações relativamente às tecnologias de geolocalização: “Levame a reflectir sobre e a fazer um balanço das minhas deslocações e dos locais que visito.”**

	Freq.	%	% válida	% acum.
Discordo Totalmente	54	9,2	9,9	9,9
Discordo Parcialmente	45	7,7	8,2	18,1
Não concordo nem discordo	156	26,6	28,5	46,5
Concordo Parcialmente	192	32,8	35,0	81,6
Concordo Totalmente	101	17,2	18,4	100,0
Total Válidos	548	93,5	100,0	
Ausente	38	6,5		
Total	586	100,0		

**Quadro 12.2 - Com base na sua experiência diga em que medida concorda ou discorda com as seguintes afirmações relativamente às tecnologias de geolocalização: “Facilitam a organização e ou recuperação subsequente das minhas memórias (comentários, fotos...)”**

	Freq.	%	% válida	% acum.
Discordo Totalmente	34	5,8	6,2	6,2
Discordo Parcialmente	26	4,4	4,7	10,9
Não concordo nem discordo	122	20,8	22,2	33,2
Concordo Parcialmente	200	34,1	36,4	69,6
Concordo Totalmente	167	28,5	30,4	100,0
Total	549	93,7	100,0	
Ausente	37	6,3		
Total	586	100,0		

**Quadro 12.3 - Com base na sua experiência diga em que medida concorda ou discorda com as seguintes afirmações relativamente**

**às tecnologias de geolocalização:  
“Melhoram o meu conhecimento da  
geografia e do espaço”**

	Freq.	%	% válida	% acum.
Discordo Totalmente	16	2,7	2,9	2,9
Discordo Parcialmente	16	2,7	2,9	5,7
Não concordo nem discordo	60	10,2	10,7	16,5
Concordo Parcialmente	199	34,0	35,6	52,1
Concordo Totalmente	268	45,7	47,9	100,0
Total Válidos	559	95,4	100,0	
Ausente	27	4,6		
Total	586	100,0		

**Quadro 12.4 - Quanto à familiaridade, sobre  
que locais prefere escrever mais**

Quanto ao reverso da medalha, correspondente aos efeitos adversos das tecnologias de localização, é de assinalar a baixa entropia declarada pelos seus utilizadores. Apenas 19% concorda que a sua operação por vezes os equivoca ou causa *stress*, declarando-se 63% em desacordo (Quadro 12.5). Trata-se, não obstante de utilizadores correspondentes a um universo familiarizado

Já o número dos que admitem sofrer com a falibilidade da tecnologia é maior, correspondendo a 39,7%, traduzindo sobretudo o uso da navegação (ver Quadro 12.6).

**Quadro 12.5 - Com base na sua experiência  
diga em que medida concorda ou discorda  
com as seguintes afirmações relativamente  
às tecnologias de geolocalização: “A sua  
manipulação por vezes confunde-me ou  
causa-me stress.”**

	Freq.	%	% válida	% acum.
Discordo Totalmente	206	35,2	37,4	37,4
Discordo Parcialmente	141	24,1	25,6	63,0
Não concordo nem discordo	98	16,7	17,8	80,8
Concordo Parcialmente	84	14,3	15,2	96,0
Concordo Totalmente	22	3,8	4,0	100,0
Total Válidos	551	94,0	100,0	
Ausente	35	6,0		
Total	586	100,0		

Ponderados todos os indícios, a hipótese dá-se por frouxamente confirmada, particularmente com as ressalvas feitas no tocante à inseparabilidade entre a experiência autobiográfica e o imaginário social do tempo, tendendo este a predominar sobre e a condicionar a primeira.

Em última análise o carácter lúdico e descomprometido do jogo tende a confinar o seu potencial desconstrutivo; nele a atenção ao picaresco e ao exótico predominam como elemento de entretenimento, encontrando-se a meta-reflexividade quase exclusivamente confinada ao universo da conservação ambiental, dentro da qual se chegam a protagonizar efectivas acções de “activismo” e “mobilização”,

**frequentemente no(s) Google Maps,  
FourSquare e ou TripAdvisor?**

	Freq.	%	% válida	% acum.
Locais que conheço bem e a que me desloco com frequência.	52	8,9	9,3	9,3
Locais novos que conheci em circunstâncias excepcionais (por ex. em férias).	210	35,8	37,4	46,6
Nunca escrevo nada. Leio apenas o que os outros escrevem.	300	51,2	53,4	100,0
Total Válidos	562	95,9	100,0	
Ausente	24	4,1		
Total	586	100,0		

**Quadro 12.6 - Com base na sua experiência  
diga em que medida concorda ou discorda  
com as seguintes afirmações relativamente  
às tecnologias de geolocalização: “Às vezes  
induzem-me em erro e fazem-me perder  
tempo.”**

	Freq.	%	% válida	% acum.
Discordo Totalmente	83	14,2	14,8	14,8
Discordo Parcialmente	147	25,1	26,2	40,9
Não concordo nem discordo	109	18,6	19,4	60,3
Concordo Parcialmente	172	29,4	30,6	90,9
Concordo Totalmente	51	8,7	9,1	100,0
Total Válidos	562	95,9	100,0	
Sistema	24	4,1		
Total	586	100,0		

na acepção de Lievrouw (2011).

Analogamente, quando ocorre, a subversão semiótica dos locais (acima, p.253) surge sobretudo como forma de apimentar o jogo. Quando obedecem a uma preocupação ficcional, os significados investidos tendem a estabelecer relações que replicam por ínvias vias as culturas do *fandom* e sobretudo, na sua fase inicial, a exploração da tecnologia, criativa apenas na medida do carácter precursor da sua aplicação e nessa medida reconhecível como forma válida de *edutainment*, compelindo muitos à aquisição colateral de competências de literacia digital. Reforçando, neste último caso, o domínio dos “processos” da sua transmissão, mais do que a desmistificação ou a “crítica cultural” dos *significados*.

### **12.3 A TECNOLOGIA MÓVEL LOCATIVA DÁ SIMULTANEAMENTE FORMA E É ENFORMADA PARA USOS INESPERADOS.**

Os indícios sustentam a confirmação da hipótese em diversas instâncias. De antemão, atendendo à história tanto da evolução da tecnologia GPS, quando entrelaçada com a teoria do *momentum* tecnológico de T. Hughes (abaixo, p.II e seg.s), admitindo certo grau de intervenção inicial dos utilizadores no respectivo desenho (por ex. mediante o acolhimento pelos fabricantes do *feedback* dos utilizadores dos primeiro GPS *bluetooth* na remoção do *static navigation*); e através da reflexão colateral sobre a dinâmica de apropriação de plataformas tais o Twitter, como efectivo herdeiro do *pager*, revelando fixidez da forma pelo hábito. Mas também, subsequentemente, em função das condições inesperadas de surgimento do próprio jogo móvel locativo (abaixo, p.XLVIII e p.XIII) e mediante a análise das circunstâncias e tipos de uso dado ao geocaching pelos seus primeiros adoptantes (abaixo, p.LXXXV e seg.s), confirmando a acutilância dos postulados do modelo da adopção da inovação de E. Rogers, bem como através da observação da dinâmica da concepção dos artefactos que espontaneamente foram chamadas a compô-lo (acima, p. 227 e seg.s), demonstrando por seu turno inconsciente isomorfismo face aos valores institucionalizados.

A percepção dos utilizadores e os tipos de adopção e aplicação dados às tecnologias locativas foram mais ainda elucidados no geral, a partir das respostas obtidas ao inquérito aplicado, enquadradas pelo moldura da Teoria dos Usos e Gratificações (*cf.*, em particular, abaixo, p. LXXXVI e seg.s), revelando, nesse caso, como não seria de estranhar, num processo de auto-verbalização, um reconhecimento de utilidade eminentemente cognitiva, bem como, no particular, relativamente ao FourSquare (*cf.* abaixo, p.LXXXVIII e seg.s).

Enquadrando a hipótese (e a sua avaliação) mais fina e sistematicamente, a problemática da relação entre tecnologia e sociedade e máxime da discussão de qual das duas, se alguma, é porventura mais “determinante”, encontra-se exemplarmente resolvida por Feenberg (1999). Na visão que comungamos da sua Teoria Crítica da Tecnologia (de resto com pontos em comum tanto com a linha da Construção Social da Tecnologia de W. Bijker, como com a tese da sua Dualidade, segundo W. Orlikowski, *cf.* nota 79, p. 105), esta não é nem estritamente autónoma nem estritamente neutra, mas sim portadora de valores humanamente controlados estando as escolhas das opções tecnológicas implicitamente “envolvidas em disputas entre visões ideológicas”, o resultado das quais, “uma ordem

hegemónica de qualquer tipo, coloca a tecnologia em conformidade com as forças sociais dominantes assegurando o isomorfismo, a congruência formal, entre as lógicas técnicas do aparato tecnológico e a lógica social dentro da qual é difundido” (Feenberg, 1999, p. 89).

Assim, as tecnologias locativas revelam a sua sujeição à ambivalência entre os princípios da conservação da hierarquia - eminentes no plano da funcionalização e do desenho - e da racionalização democrática – eminentes no plano da realização e apropriação social (Veak, 2006, p. xiv).

De um lado, no domínio da instrumentalização primária (Feenberg, 1999, p. 202 e seg.s), elas constituem um elemento de *descontextualização* ou, nos termos de Lefebvre, de abstrair do espaço, sujeitando-o à *redução* através do sistema de coordenadas WGS84 que artificialmente o dividiu segundo critérios geométricos para melhor controlo e administração, revelando-se ainda permeáveis ao *constrangimento* de quem financiou o sistema GPS, *posicionando-se* de forma a reservá-lo em primeira instância para o uso militar, separando-o do demais uso e reservando o conhecimento necessário para suplantar a degradação selectiva do sinal. Subsequentemente, a progressiva introdução no mercado demonstra a *contingência* do seu desenho para aplicação civil em que o acto administrativo foi uma condição necessária mas insuficiente para a generalizada adopção que vieram a conhecer, tornada apenas possível quando efectivamente se tornaram invisíveis, subsumidas nos dispositivos de computação miniaturizados e móveis, circunstância em que efectivamente foram massivamente adoptadas quando paradoxalmente puderam deixar de ser pensadas, adquiriram *autonomização* e passaram a ser tomadas por adquiridas.

A fenomenologia dá uma achega à compreensão deste efeito de “ocultação”. Assim, de um ponto de vista meta-histórico, Ihde (1990, pp. 74-75), notavelmente apropriado por Bakardjieva (2005, p. 59 e seg.s)<sup>206</sup>, explica que todas as tecnologias permitem uma relação encorpada/incorporada. Como intermediadoras, elas impõem uma ambiguidade à relação eu-mundo tal que por um lado existe sempre um “desejo para a transparência total”, para a tecnologia se integrar verdadeiramente no Eu e por outro “o desejo de ter o poder, as transformações que a tecnologia torna possíveis”. O indivíduo deseja as transformações que a tecnologia permite, mas “de tal forma que esteja basicamente inconsciente da sua presença” (Ihde, idem).

É esta tensão entre redução-magnificação, constrangimento e possibilidade de ampliação da cognição, vontade de colher os benefícios esquecendo os limites impostos que “perenemente é a fonte de tanto os sonhos utópicos como dos distópicos. A tecnologia actual ou material sempre transporta consigo apenas uma transparência parcial ou quase-transparência, que é o preço da extensão da magnificação que as tecnologias conferem” (ibidem).

Desta feita, o capitalismo informacionista logra sucesso na adopção das tecnologias que o sustentam e perpetuam apelando ao seu impulso utópico. Enfatizando a amplificação e o potencial transformador que elas encerram e sonhando (mantendo-se silencioso sobre) a redução que resulta da sua diminuição ao longo do tempo, à medida que a tecnologia cristaliza e a “novidade” e o potencial para a mudança social se convertem em matéria de permanente renovação das “linhas” dos produtos e

<sup>206</sup> E ainda de forma sintética em Kraut, Brynin & Kiesler (2006, pp. 97-108).

em efectivos instrumentos da cultura de consumo, em que, de um “meio”, a posse dos artefactos tende a converter-se num fim em si próprio<sup>207</sup>, ao mesmo tempo que, nos bastidores, o princípio da conservação da hierarquia se manifesta através da instrumentalização da localização ao serviço da geovigilância (acima, p.62 e seg.s),

O geocaching por seu turno é, na moldura de Feenberg, enquadrável no plano da instrumentalização secundária. Constitui uma forma de apropriação da tecnologia, de *sistematização* pela sua recontextualização *ad hoc*, adaptando-a através de práticas de *mediação estética*, descortinando através da *iniciativa* dos utilizadores na geolocalização uma imprevista *vocação* que de mero instrumento de navegação a converteu num jogo e para muitos num estilo de vida e numa forma de afirmação. Nesta medida, diferentemente de outras plataformas locativas, ele revela capacidade *táctica*, no sentido concomitantemente atribuído por Certeau (1984, p. xviii) aquelas práticas sociais que, contrastando com as apropriações institucionais como *estratégicas*, admitem a “transcrição” (transformação dos materiais simbólicos e físicos atribuídos ao bem – ou ao local - em algo de diferente) chegando por essa via, através da economia aparente das dádivas, própria das *geocaches* e derivados (*cf.*, acima, pp. 224 a 232), a operar actos de “produção”, “conferindo uma dimensão política às práticas do dia-a-dia (...) uma vez que as trajectórias adoptadas reflectem uma pletora de interesses e desejos” que não são nem rigorosamente determinados nem capturados pelos sistemas dentro dos quais se desenvolvem.

Feenberg, no esteio de Winner (2009), sobre a tecnologia em geral, mas também de Terranova (2004, p. 131 e seg.s), sobre o carácter capilar e inerentemente biopolítico da comunicação em rede em particular, neste caso sob inspiração do pensamento espacial de Foucault (2008) - *cf.*, acima, p. 27 e seg.s e ainda, designadamente, Falzon, O’Leary & Sawicki (2013, p. 393), Elden (2004, p. 222 se seg.s) e Lazzarato (2009) -, reconhece que os artefactos tecnológicos são instrumentos políticos, admitindo que corporizam “códigos técnicos” que “se tornam invisíveis porque, tal como a cultura ela próprias, parecem auto-evidentes”. Porém, não se mostra especialmente interessado em escalpelizar o modo de infiltração destes e, sobretudo, formula o problema em termos de democracia representativa, laborando dentro dos referentes da racionalidade comunicativa e da modernidade como reflexiva e cognitiva, em consonância com as correntes dominantes nos Estudos Sociais da Tecnologia, que efectivamente conferem moderada capacidade de acesso a e caracterização dos valores particularmente implícitos na cultura do conexionismo e no correspondente isomorfismo assegurador da homologia entre as lógicas técnica e social.

Uma revisão da hipótese conforme inicialmente formulada, conferindo-lhe maior acutilância, remete assim para o seguinte enunciado: “**Através da cultura o código técnico permeia os indivíduos levando à expressão do seu isomorfismo de formas inconscientes e inesperadas**”.

---

<sup>207</sup> Consoante indiciado, por ex. através da constatação da profusão de vídeos de *unboxing* (prática de gravação do processo de desempacotamento de um produto) no YouTube, em que só sobre o modelo iPhone 5 se contam mais de 400 mil, evidenciando que mensagem que se procura passar com a sua publicação não concerne as propriedades intrínsecas do *smartphone*, mas constitui, sobretudo uma reclamação de posse simbólica. Para a generalidade, trata-se de se fazer investir do *mana* que a propriedade do bem - ou se quiser do fetiche - tecnológico confere.

Extraindo dela duas questões:

- Qual é o conteúdo do código técnico da sociedade da auto-comunicação de massas?
- Como é que ele opera?

Elevando ao mesmo tempo a discussão do plano do “para que servem ou podem servir as tecnologias?” para o do “a quem servem as tecnologias?”, mormente na sua actual organização em rede, tanto estratégica como taticamente e levantando a dúvida de até que ponto os “usos inesperados” (os actos de tendencial “racionalização democrática”, na acepção de Feenberg) efectivamente se conseguem furtar ao oportunismo, ao paradoxo das “comunidades pessoais” e à indiferenciação cultural que as próprias estruturas de poder promovem, instituindo um almejado “pluriculturalismo da concretização” (Feenberg, 1999, p. 218)?

Questões para cuja elucidação se torna necessário abrir o espectro da discussão, incorporando distintos autores e tradições.

Assim, relativamente à primeira, entre muitos outros, Bell (1978), Boltanski (acima, p. 112), Sennett (2006), Tarde (acima, p.169), Ritzer (2004, 2005a), Cross (abaixo, p. XXIV), Couldry (acima, p.52), Andrejevic (2004, 2009), Mejias (2013); Hardt e Negri (2000), Dean (2009), Thrift (2005), Featherstone (2007), mas também Graham (2000, 2002, 2006), Fuchs (2008, 2012), Mosco (2009) e mesmo Jameson (1988) permitiram-nos aclarar os valores do “código técnico” que acompanha a tripla revolução descrita por Rainie e Wellman (2012) como conjurada pelo encontro das redes com a internet e as tecnológicas móveis.

Nas suas linhas gerais, tais leituras mostram-se coincidentes na ideia de que nas sociedades em rede a disciplina adquire um carácter positivo e o poder evolui de uma função preventiva, como monopólio do exercício da violência para, penetrando as diversas formas da vida, assumir crescentemente forma internalizada, revestindo-se do discurso da reciclagem de saberes e da possibilidade de aquisição da informação mediante os quais os corpos se convertem em objectos de conhecimento (Falzon, O’Leary, & Sawicki, 2013, p. 393). Descrevem-nos uma cultura pós-industrial marcada pelos princípios axiomáticos da auto-expressão e da auto-realização, pela reprodução dos significados e artefactos, pela estratégia do sincretismo e pelos valores da novidade, da originalidade e da soberania individual (Waters, 1996, p. 35). Um “mundo conexionista”, marcado pelo discurso do “sublime tecnológico” (acima, p.114), alternativamente correspondente, entre outras fórmulas, a um “capitalismo comunicativo” ou “hipercapitalismo”, em que a mobilidade, nas suas diversas formas, não apenas no espaço geográfico mas também no espaço mental, possibilitada pela evolução das redes de transporte e de comunicação, se converteu num valor e numa qualidade essencial a que importa aderir para a aquisição de estatuto; em que a cultura organizacional do trabalho se continua a verter sobre o lazer e a lógica burocrática da “malha de ferro” cede lugar à lógica da transparência da “gaiola de vidro”, mimetizando-se nas plataformas das redes sociais a importância da exibição emocional e das aparências próprias dos ambientes de trabalho informacionistas em que a auto-apresentação e o processo auto-reflexivo passam a ser motivos de gestão, “de modo a encaixar-se nos objectivos das companhias, associados a noções de autodesenvolvimento e auto-actualização” (Adams, 2007, p. 84).

Na cultura conexionista, feita da incorporação no capitalismo da sua crítica artística, a

“identidade” converte-se em matéria de responsabilidade de escolha e a flexibilidade numa condição de “salvação” a perseguir escrupulosamente, contribuindo as redes para uma recomposição das relações espaciais tal que a exclusão delas se torna inadmissível, equivalendo à nulificação da própria posição. Fazendo-se a sua composição mediante a auto-adesão a práticas de consumo, expressas como “estilos de vida”, próprios das comunidades em linha como neotribos e forma de “estar-junto ‘à toa’” em que o valor da “socialidade” se sobrepõe ao do “social” (Maffesoli, 1998, p. 79 e seg.s) e as nebulosas electivas de inclinações e afectos alegadamente suplantam o artifício contratualista, levando ao mesmo tempo os indivíduos a resignar-se perante a crescente impotência dos estados em assegurar as suas funções sociais, aceitando-as como contrapartida à sua própria responsabilização; admitindo a erosão dos seus direitos contratuais como preço a pagar pela sua liberdade de consumir e de se mostrar autênticos.

Omitindo, porventura, em tal processo, que “a autonomia comunicativa não está apenas dependente do acesso à informação, entretenimento e comunicação, pois a sua fruição pode possuir pouca capacidade de *empowerment* individual se a literacia necessária não estiver presente ou não for utilizada nos processos de selecção e filtragem” (Cardoso, 2006b, p. 574). Sentido em que nem o acesso à informação é o mesmo que conhecimento, nem o conhecimento é necessariamente emponderador, sobretudo quando formulado em termos heterónomos e puramente utilitários, como discussão de “habilidades” e capacidade de mobilizar meios para lograr determinados fins socioprofissionais. O verdadeiro “saber emancipador” deve ser capacidade de questionar estes últimos e de definir os próprios valores, mais do que de *allogoxia*, forma não reconhecida de *docta ignorantia*, “consistindo em erroneamente se reconhecer a si próprio numa forma particular de representação e enunciação pública da *doxa*” (Bourdieu, 2000, p. 185); de auto-direccionalidade mais do que de diferenciação ou definição de “estatuto” (inerentemente por relação a outrem).

Desta forma, relativamente, à segunda questão, se quisermos saber como opera o “código técnico” da comunicação pessoal de massas que acompanha o hipercapitalismo, inclusive imaginando formas de contrariar a sua eficácia, a “racionalização democrática” é uma formulação débil. Equiparado a *doxa*, na formulação bourdesiana (*cf.* acima, p. 105 e seg.s), situado nos domínios do *habitus*, o modo de operação que permite a sua reprodução é largamente inconsciente, instituindo as tecnologias da comunicação e respectivas plataformas formas de pensar, falar e experimentar o mundo em função da posição social, que sugerem aos indivíduos como atitude natural exprimirem e reclamarem a sua posição social e o sucesso individual, os quais, mais do que qualquer outra coisa, determinam a sua apropriação da cultura digital.

Na formulação incisiva de Bauman (2001b, p. 9) “o comércio dos significados da vida é o mais competitivo dos mercados” e, transferido para o universo digital, infinitamente desmultiplicável, “com a ‘utilidade marginal’ das mercadorias oferecidas a improvavelmente alguma vez encolher, a procura solicitando a oferta competitiva improvavelmente seca”, gerando oportunidades de capitalização em função da infinita sede de concretizar uma “vida com sentido” e que “valha a pena”, *ultima ratio* permanentemente garantida e esgrimida contra o espectro da morte.

Elas são simultaneamente estruturas habilitadas e habilitantes, porém, dado o carácter obscuro

da dominação simbólica, no balanço, mais heterónomas do que autónomas e os actos de aparente apropriação táctica nelas empreendidos revelam com maior frequência a dificuldade do individuo se conceber fora da moldura dos campos sociais em que se enquadra e a subserviência, consoante se constatou, aos valores da racionalidade económica que integram a estrutura de sentimento do tempo. Seja no jogo móvel locativo, onde tal se manifesta na contradição latente entre os seus valores como festivo e orientado para as pessoas e a efectiva derrapagem para a competitividade como fundamento da conduta, seja em formas de viagem imaginada, em que na reflexão sobre a prevalência do tema “Alasca” (veja-se, abaixo, o Anexo C, p.XXXI e seg.s ) na televisão se observa na vivência escapatória um potencial efeito conformista.

A lógica da ludificação, imposta pela linha de fractura do menor esforço, que se encontra nos campos sociais em rede é para a generalidade, eminentemente, um lógica de estetização inconsequente e a possibilidade de um “activismo alternativo” (Lievrouw, 2011) que inverta a tecnologia comunicativa de forma a transformar as próprias estruturas que a engendram, prefigura-se como intelectualismo, útil porém fundamentalmente condenado a ser um epifenómeno, parte das preocupações de uma minoria e objecto de uma dupla naturalização perante a qual “os ávidos em desmistificar e denunciar, não se dão conta de que aqueles que pretendem desabuser, ou desmascarar, ambos conhecem e resistem às verdades que eles reivindicam revelar” (Bourdieu, 2000, p. 191).

A eficiência do potencial transformador das redes, a capacidade de levar a cabo nelas o trabalho simbólico necessário para quebrar as auto-evidências da *doxa* conexionista, presume e depende da possibilidade de operar um número suficiente de transferências de capital cultural que permitam aos dominados lograrem a mobilização colectiva contra a ordem estabelecida. Porém, tais transferências só são possíveis existindo receptividade, mormente uma pré-disposição para a auto-aprendizagem e para o raciocínio crítico. Elas, de facto, acabam por ser função da literacia, remetendo para o papel pivô do sistema de ensino, o qual, porém, se mostra mais propenso a difundir a sua reprodução, sendo pelo atrito da própria dimensão e institucionalização impropenso a mudanças. Através dele ela actua sobre as estruturas cognitivas e como tal sobre a própria construção da identidade a qual obedece ela própria naturalmente ao princípio conservador da coerência, resultando mais cómodo e menos oneroso para os indivíduos definirem-se com os instrumentos que lhes são dados do que desenvolverem novos instrumentos que imediatamente lhes não conferem reconhecimento – ou, alternativamente, como Gerhard Schulze o formula, a esquematização e estilização das experiências (presentemente nas plataformas em linha) tende a ser abraçada também na medida em que reduz a insegurança, sendo “frequentemente preferível partilhar a nossa experiência com os outros e gostar daquilo que eles parecem estar a gostar. Para garantir a própria satisfação é melhor seguir o exemplo estabelecido pelas pessoas que noutros aspectos se parecem connosco e parecem gostar e apreciar as mesmas coisas” (Gronow, 1997, p. 163).



## 12.4 A INCORPORAÇÃO DA GEORREFERÊNCIA NOS NOVOS MEDIA ESTENDE, OBSOLETIZA E REVERTE DADAS CARACTERÍSTICAS DOS ANTERIORES

A observação empreendida do jogo móvel locativo permite confirmar a persistência da validade da hipótese em múltiplas molduras.

Em primeiro lugar, no quadro já antes invocado de Bell (1978, pp. 147-148), o geocaching permite uma conciliação entre os impulsos pré-industriais, industriais e pós-industriais, arvorando-se a sua apropriação da tecnologia simultânea e respectivamente como “**jogo contra a natureza**”, “**jogo contra a natureza fabricada**” e “**jogo entre pessoas**”. Especificamente:

- trata-se de uma prática típica dos ambientes pós-industriais, assumindo os valores da socialidade (acima, p.267) e da necessidade de negociação de regras, a título particular, entre pessoas, retirando neste caso partido da facilidade de comunicação oferecida pela tecnologia e das suas propriedades dialógicas, mormente exploradas mediante o estabelecimento espontâneo de fóruns de discussão regionais à margem do sítio oficial;
- recuperando ao mesmo tempo o valor da natureza autêntica e a imagética nostálgica da autarcia estabelecida em luta com ela, instituindo a retórica do sobrevivencialismo como forma contemporânea de heroísmo, no que revela inclusive paralelos com a viagem imaginada proporcionada pela televisão (Couldry, 2008);
- num esforço de eludir o desencanto do mundo e a atitude *blasé* instituída pelas relações burocráticas e impessoais que se encontram nos espaços urbanos, recuperando o valor do pé calcado (acima, p.166) e a espontaneidade pré-racional própria do jogo (acima, p.131), conferindo um grão de sal ao mundo vivido.

Em segundo lugar, mais convencionalmente, é possível enquadrar o advento da webgeoespacial e dos média locativos no quadro da téttrade das leis dos média de McLuhan (McLuhan & McLuhan, 1988, p. 129 e seg.s)<sup>208</sup> de acordo com a qual cada meio de comunicação novo tenderia a gerar simultaneamente quatro efeitos: intensificar, **ampliar** ou melhorar uma dimensão sensorial e uma forma particular de comunicação e cultura; eclipsar, **obsoletizar** (tornar obsoletas) e levar ao abandono de formas de comunicação e cultura que por sua vez tinham sido amplificadas por Média anteriores; **recuperar** formas de comunicação que antes se tinham desvanecido; levado aos seus limites, adquirir características que projectadas no futuro permitem antecipar um processo de **reversão** em algo de novo. Tal esforço foi prosseguido de forma abundante, pelo que recordamos aqui apenas algumas características particulares, de forma não exaustiva.

Admitindo a possibilidade da comunicação de muitos para muitos em função da localização, viu-se que as plataformas locativas obsoletizam desde logo os guias turísticos especializados tipo “Guia de Portugal” (Proença, 1924), redefinindo o peso da atracção dos lugares, permitindo anotá-los e descobri-los em função das memórias e das identificações individuais com eles (*cf.* acima p XLIV e p.176 e seg.s) de preferência a ou ao arrepio dos marcadores do imaginário colectivo; consentindo o prosumo do espaço e a substituição do itinerário pré-estabelecido por roteiros improvisados, à medida, a partir das suas bases de dados como inventários co-produzidos de oportunidades de deslocação e recreio (*cf.* abaixo, p.CXIV).

<sup>208</sup> Veja-se ainda Levinson (1999, p. 14); Marchessault (2005, p. 222); McLuhan, McLuhan & Zingrone (1995, p. 372) e West e Turner (2010, pp. 438-441).

Tal tem ainda por efeito recrudescer o impulso excursionista e reavivar o interesse pelas viagens de curta duração, dando o geocaching e similares um contributo para "desexoticizar a viagem" [i.e. retirar-lhe o carácter exótico – *cf.* Larsen, Urry & Axhausen (2006, p. 40)] na medida em que redefinem o próximo como estrambólico ao enfatizarem os seus aspectos atípicos, dispensando as deslocações excepcionais a larga distância para o encontrar e introduzindo algo da possibilidade da “novidade” conferida pelo sabor das férias por entre as típicas deslocações de rotina (acima, p. 164 e p. 201 e seg.s).

Ao mesmo tempo os SIG, sem chegarem inteiramente a desvanecer o recurso aos mapas impressos (de facto, um número apreciável de respondentes ao nosso inquérito declarou tanto ter inicialmente procurado nas tecnologias locativas um substituto ao “papel”, como uma fonte para impressão), permitem melhorá-los do ponto de vista da gestão pessoal da informação, instituindo formas de memória *protésica* (*cf.* abaixo, p.LXXX) que na roupagem dos *tracks*, dos *waypoints* e da informação georreferenciada incluída automaticamente nos cabeçalhos dos ficheiros de imagem (*geotagging*), permitem uma maior facilidade e dinamismo na anotação e recuperação. Nesta medida, pode ainda afirmar-se, eles aumentam a granularidade do material impresso, elevando a típica escala 1:500000 de um mapa tipográfico de Portugal à de 1:10000, ou mais detalhada, que facilmente se encontram na forma do WMS e do WFS (*cf.* acima, nota 43, p.66); permitindo igualmente, como se de “transparências”/acetatos se tratasse, a sobreposição de múltiplas camadas temáticas, enquanto, na forma dos comentários nas plataformas locativas, se renova e dá ainda nova roupagem à tradição da literatura de viagens (acima. p. 94).

Em contrapartida, ao movimento de aparente democratização dos mapas, à possibilidade da instituição de cartografias pessoais e de remistura da informação geoespacial (acima, p.39 e seg.s), opõem-se novas formas de controlo em que a promessa da sua “clareza” é reduzida e reforçada a luta sobre quem determina o que incluir neles, cada um dos quais constituindo, consoante estabelecido pela geografia crítica, apenas um de uma multiplicidade de representações possíveis da realidade. Nesta última senda, melhoram-se as possibilidades da geovigilância e atinge-se um grau inaudito de controlo sobre a segmentação da publicidade (*cf.* acima, p.62 e seg. s).

Relativamente às formas rehabilitadas do passado, consoante escalpelizado, o geocaching recupera a formula associativa dos *bünde*, a possibilidade da vagabundagem, da narrativa e da partilha de estórias como fundamento da reciprocidade nas redes em que as diversas formas de capital se esgrimem e exponenciam menos de forma calculista do que serendipitiva e em que a emoção frequentemente se mostra mais eficaz do que pura acção calculista e racional, dando corpo a um estilo de vida inovador e em muitas circunstâncias a um paradigma de “lazer sério” (acima, p.218 e seg.s).

No sentido atribuído por McLuhan (1994), as tecnologias locativas constituem meios “mornos”, *quentes* quando se constata que, aplicadas à navegação, abstraem, diminuem o esforço/engajamento activo e absorvem o pleno da atenção (abaixo, p.LXXXI), porém, no geocaching, *frios* (acima, p.167), na medida em que se sugerem mistérios e significados cuja plena revelação não se pode fazer sem a “busca” no ambiente, com plena activação e imersão sensoriais. adquirindo as geocaches valor apenas quando executadas/experimentadas e “desencriptadas” na prática (isto é, quando a imaginação do

geocacher é convocada a preencher e completar as “pistas” e os “puzzles” que lhe são esquematicamente fornecidos).

Finalmente, relativamente aos indícios de futura reversão, destacam-se duas tendências. Primeiro, admitindo que as tecnologias da comunicação em rede constituem o corolário lógico da abstractividade do espaço empreendida pelo capitalismo, integrando o seu mais recente *spatial fix* que encontra na economia digital e na agilidade dos fluxos financeiros formas elásticas de extracção de valor, os indícios apontam que, uma vez esgotado o modelo, se imponha a necessidade do sistema-mundo voltar a encontrar formas de expansão, regressando a estratégias de colonização, cálculo geopolítico e de valorização do território relativamente às quais reunimos elementos de forma a traçar um cenário, acima, “Do Espaço redescoberto. O próximo *spatial fix*?”, p. 73 e seg.s. Segundo, mantendo consistência histórica, o empolamento, pela cultura de consumo, do individualismo e do sentido extrovertido do lugar (de facto o excesso de facilidade em lhe atribuir sentido mediante o valor da identidade como motivo de escolha) e do *cosmopolitismo emancipatório*, como valor da globalização, dão indícios de rejeição e da possibilidade de reversão num sentido *introvertido do lugar* e no *anti-cosmopolitismo* (cf. abaixo, nota 214, p.310) .

## **12.5 A COEXISTÊNCIA DOS ESPAÇOS VIRTUAIS INTENSIFICA A AUTO-MONITORIZAÇÃO AO MESMO TEMPO QUE POTENCIA UMA DINÂMICA DE PLAY/EXPERIMENTAÇÃO INÉDITA EM ESTÁDIOS POSTERIORES DA VIDA**

A validação da hipótese ocorre de forma concorrente: a partir das características das práticas observadas e abundantemente descritas no geocaching, face à estrutura etária dos seus praticantes, tanto quanto a amostra a permitiu conhecer (abaixo, p.CVII), dos dados recolhidos mediante aplicação do modelo PLEX (acima, p.222) e ainda, por inferência lógica, mediante a articulação teórica empreendida. Salientando esta última a congruência entre a dinâmica do jogo como *play* (acima, Sobre a polissemia de “Play”, p.130) e as características atribuídas à comunicação em rede (acima, p. 134 e seg.s), admitindo uma construção lúdica da identidade (acima, p.140 e seg.s) por seu turno consistente com o regime de autodescoberta (Beck & Beck-Gernsheim, 2001, p. 23 e seg.s; Brinkmann, 2008; Honneth, 2004), da “gaiola de vidro” (acima, p.169) e correspondente transparência (Brin, 1998) sugeridos pelo capitalismo reflexivo (acima, p.115)<sup>209</sup>, que convertem a vida num jogo sujeito às retóricas do progresso e do *self* (Sutton-Smith, 1997, p. 11) e a sua construção, orientada pela busca da “autenticidade” (Taylor, 1992), numa tarefa obrigatória em que “a identidade desponta a partir do cemitério da comunidade, mas floresce graças à promessa de ressuscitar os mortos” (Bauman, 2001b, pp. 144-151), dando uma azo a paradoxos sincréticos de outra forma incompreensíveis, como “comunidades pessoais” (acima, p.86), *ego* ou *me centered networks* (Aguado, Feijóo, & Martínez, 2013; Aguado & Martínez, 2008), relativamente aos quais, ao menos nas plataformas locativas, tanto a fórmula das “comunhões” (Hetherington, 1994; Maffesoli, 1998, 2014; Schmalenbach, Luschen, & Stone, 1977) como a das

<sup>209</sup> Problemática de outra forma exemplarmente sintetizada no enunciado dos “três paradoxos da identidade tardo-moderna” consoante Timmermans (2010, pp. 135-141).

“comunidades liminóide” (Turner, 1969) parecem efectivamente mais adequadas

Como se pôde constatar, do ponto de vista da topologia da vida social, o lugar concita múltiplas camadas de entendimento. Ele encerra simultaneamente uma *localização* fisicamente situável, um *locale* ou contexto e um *sentido do lugar*, constituído pela experiência subjectiva de cada um relativamente a ele, mormente às identificações que particularmente projecta. Assim, as práticas burocráticas de *zoning* e abstractividade do espaço próprias do industrialismo (*cf.* acima, p.19), levaram à sua separação, de tal modo que, enquanto nas comunidades de proximidade as coordenadas euclidianas coincidem com o contexto social, determinando e conferindo simultaneamente o sentido da posição social, com o ascenso da vida urbana, papéis e contextos foram segregados porém em condições fáceis de estabelecer e atribuir, mormente mediante uma separação clara entre trabalho e lazer (Côté, 1996). Com a subsequente prevalência do espaço electrónico, dos Média e em particular da Internet móvel, nas últimas décadas esta separação ter-se-ia tornado menos clara, colapsando fronteiras entre localização, contexto e papéis a ponto de, na sugestão de Meyrowitz, os indivíduos efectivamente terem passado a ter dificuldade em se atribuir um sentido de lugar (em delimitar os contextos físicos e sociais em que se enquadram).

Em termos aparentes, num entendimento difusionista, poder-se-ia pensar que a tecnologia locativa desnortearia ainda mais tal bússola, designadamente pulverizando contextos e desmultiplicando os sentidos atribuídos aos lugares. Tal porém seria descurar ao menos quatro factores decisivamente contra balanceadores que impedem que a disfuncionalidade se instale: primeiro, que a identidade é um processo activo de construção narrativa cuja possibilidade nos novos média efectivamente sai facilitada, enriquecida e até reforçada com a introdução da dimensão multimediática (Frissen, 2015; Lange, 2010) - *cf.* acima, p.141; segundo, que os novos média admitem o prosumo individual, inclusive, quando integram as tecnologias locativas, dos lugares (Urry, 1995) – implicando a sujeição a mas também a produção de mensagens e a constituição de audiências seja pessoais seja em função de interesses particulares, mormente enquadrados no campo dos *hobbies* e dos estilos de vida, portanto, uma situação em que os indivíduos não são “alvos” à mercê das redes, embevecidos pelos fluxos de informação, mas participantes activos neles; terceiro, que a lógica dos novos média é uma lógica de *play* e de ludificação - em que o jogo sempre foi central à experiência mediática (Silverstone, 1999, pp. 59-67) e por conseguinte os seus espaços são experimentado num regime simultaneamente de continuidade e de alteridade em que os indivíduos separam claramente esferas (porque historicamente sempre o fizeram - *cf.* Huizinga, acima, p.131 e seg.s bem como Foucault, acima, p.27 e seg.s), sabendo entrar e sair e passando a experimentar a sua presença nas plataformas sociais como **jogo de construção lúdica da identidade**, simultaneamente como *agôn* ou campo de disputa, nos termos bourdesianos da violência simbólica, como *mimesis*, ou campo de encenação, nos termos dramaturgicos goffmanianos, como *ilinx*, ou campo de experimentação liminóide, nos termos de V. Turner e como *alea*, ou campo de gestão da aleatoriedade das condições de vida no quadro da economia globalizada, nos termos de U. Beck; quarto, que as transformações mediáticas acompanham uma mutação na cultura tal que no código técnico do hipercapitalismo (Graham, 2006) a posição social como algo de atribuído foi (ao menos no plano discursivo) obsoletizada, não existindo por conseguinte fractura mas antes coincidência ou homologia

estrutural entre os processos individuais e institucionais, implicando-se mutuamente.

A identidade não é um estado, mas um processo homeostático (auto-regulável, mormente pela busca da congruência) e um requisito do funcionamento psíquico em condições normais infracturável (e em condições excepcionais, ainda assim, extremamente resiliente). Como o bambu sujeito à monção, mesmo nas condições mais agrestes, ela sabe suportar a tensão, dobrar e adaptar-se. Em rede quanto muito ela espraia-se, flexibiliza-se, passa a ser função de um regime transsocial e translocal (acima, p. 189 e seg.s) encontrando, na metáfora, forma de reconciliar a amplitude crescente do movimento das suas rotas com a extensão das suas raízes (acima, p.172 e seg.s).

Assim, mediante acordo pré-reflexivo entre as estruturas objectivas e as estruturas incorporadas (Bourdieu, 2000, p. 178), o hipercapitalismo sugere e apropria, empodera os indivíduos no e ao mesmo explora, a possibilidade deles construírem o seu sentido de lugar, instrumentalizando o impulso perene da busca da confirmação da identidade (acima, p.79). Em última análise, ele sai enriquecido na medida em que os papéis confeitos são substituídos por um regime de autodescoberta electiva em que, de facto, os sujeitos nunca foram levados a pensar tanto sobre nem nunca tiveram tantas condições de influir sobre e fazer aceitar quem julgam que são ou querem ser. Mais, eles passaram a dispor de meios inéditos para manipular activamente não só o sentido de lugar que lhes é atribuído como, em termos locativos, para inscrever os sentidos dos lugares de que se rodeiam.

O resultado não é o *desnorte* mas a *articulação*, “o processo de forjar ligações entre práticas e efeitos, bem como de habilitar as práticas a ter efeitos diferentes e muitas vezes imprevistos” (Bauman, 2001b, p. 11). De que emerge um sujeito para quem a oportunidade situacional da geografia em rede, na acepção de Archer (acima, p.194), institui a lógica de uma morfogénese inédita. Em que por um lado a representação e o pontilhamento dos marcadores institucionais do espaço permanecem intocados, assegurando a “ordem” institucional, surgindo, paralelamente, uma privatização do espaço geotécnico tal que, obscurecida a sua base material, sendo adoptado como alteridade e liminaridade, tanto potencia actos de resistência como de esvaziamento da tensão relativamente à respectiva posição, permitindo simultaneamente o ajuste e o alívio das solicitações colectivas (McLuhan, 1994, p. 230) e instituindo nos termos de Bourdieu, condições inéditas para o exercício privado da violência simbólica.

Uma situação em que o universo da comunicação digital pode de facto ser descrito e melhor entendido como Economia da Identidade, na qual “a marca da vida adulta pós-moderna é a predisposição para adoptar o jogo com o mesmo empenho das crianças” (Bauman, 1995, p. 99), assinalada pela experimentação e pelo comércio dos significados da vida como o mais competitivo dos mercados (Bauman, 2001b, p. 9)<sup>210</sup>. Em que os artefactos de consciência que as pessoas produzem na constituição,

---

<sup>210</sup> Concomitantemente ainda com a análise de Jameson, para quem o pós-modernismo constituiria a lógica cultural dominante do “capitalismo tardio”, fase que, no esteio de Mandel (1978), identifica como subsequente ao capitalismo de mercado e ao imperialismo (e colonialismo) correspondendo, contemporaneamente, “a uma prodigiosa expansão do capital para áreas anteriormente não mercantilizadas/a que não se atribuía valor” (*uncommodified*). Levando-o, em meados da década de 80, ao prognóstico em como “a forma política do pós-modernismo, se alguma vez houver alguma, terá como vocação a invenção e projecção de um sistema global de mapeamento da cognição, numa escala social bem como espacial” (Jameson, 1984, p. 92). Com a entrada do novo milénio, é difícil não admitir que a profecia se cumpriu e que no ambiente proporcionado pela Internet, por vezes rebaptizado de *remix*, “o *pastiche* está perfeitamente adequado ao (...) apetite histórico original dos consumidores

reconstituição e transformação dos seus espaços sociais são os bens na base da cibereconomia permitindo a extracção de valor económico de forma crescentemente abstracta, directamente do processo de auto-valorização do trabalho intelectual. Em que, nas plataformas colaborativas em rede, produção, distribuição e consumo surgem convergidos e o trabalho nelas levado a cabo encapotado como *hobby* voluntário e não remunerado. Permitindo uma “ilusão de abundância” e um *spatial fix*, na acepção de Harvey, em que “o valor de troca se tornou num fim em si próprio, logrado pela aniquilação do espaço pelo tempo através da implosão conceptual dos espaços geotécnico e social no tempo mediado (trabalho consciente) através da manipulação activa da consciência espacial” (Armitage & Roberts, 2002, pp. 161-162),

Tal só foi possível porque os raciocínios ensombrados dos responsáveis pelo desenho da tecnologia coincidem com e integram os dos seus utilizadores. Porque as percepções de valor constituem o principal bem do modo produção hipercapitalista e estas - as condições que determinam o sucesso na adopção e uso da comunicação e o valor de troca nas redes - correspondem a um misto de autenticidade romântica, de individualismo expressivo e dos valores utilitários da eficácia capitalista, existindo, nos termos de Bourdieu (2000, p. 169), uma coincidência entre as necessidades externas e internas que garante a eficiência da dominação simbólica através da identificação pelos indivíduos do potencial das ferramentas para a prossecução das suas disposições. A susceptibilidade destas em actuarem como seus “gatilhos”, mormente da necessidade de reconhecimento, é a medida do seu sucesso e simultaneamente da sua passibilidade de se cumprirem como instrumentos de poder simbólico, “apenas possível com a colaboração daqueles que a ele se sujeitam porque o ajudam a construir como tal” (idem, p.171), levando as suas *affordances* à *salivação* por reflexo disposicional.

Assim, enquadrados pela perspectiva da Psicologia Social, por exemplo através do modelo de **Breakwell** (1986), comungando com a Sociologia uma "costela Meadiana", é possível compreender como entre os quatro grandes valores animadores da identidade - **distinção, continuidade, auto-estima e auto-eficácia** - as plataformas sociais locativas, em particular, admitem em género o reforço das duas primeiras e no caso do geocaching em particular igualmente das duas últimas. Elas permitem às pessoas comunicarem os seus estilos de vida em função dos locais e simultaneamente fazerem da sua identificação com eles um elemento de continuidade pela possibilidade de digitalmente capturar, partilhar e narrar - recuperando e recriando no processo - as memórias da sua experiência, como selecções deles. De tal modo que os lugares agem como referente dos *selves* e acções passados permitindo manter um sentido de continuidade da identidade por referência a eles (Twigger-Ross & Uzzell, 1996). No jogo locativo, em especial, elas permitem ainda aumentar a auto-estima e o sentido de valia pessoal pela superação dos desafios e pela capacidade de se erguer à sua altura, algo que Maslow (1970) por seu turno define como “auto-actualização”, a necessidade cúmulo experimentada pelos

---

por um mundo transformado em meras imagens de si próprio” (Buchanan, 2006, p. 95)”. Podendo, mais ainda, sugerir-se que o hiperespaço constitui, a “forma mais pura de capital que alguma vez existiu”, mercantilizando a própria intimidade e permitindo à “produção regular o consumo no processo da vida mental da mesma maneira que o faz na vida material” (Adorno, 1991) através da instituição das tecnologias de comunicação “simultaneamente como objectos para ser consumidos e facilitadores do consumo” (Silverstone & Haddon, 1996) - *via* Graham (2000, p. 136).

indivíduos em serem tudo aquilo que podem ser.

As plataformas locativas e o geocaching como forma assumida de jogo constituem assim locais onde se jogam as fronteiras do *self* (R. Schwartz & Halegoua, 2014). Em que a afirmação da identidade é uma afirmação pela colecção (Kjølrsrød, 2003) e o capital diferenciador reclamado é-o simbolicamente através da demonstração da motilidade (Kaufmann, et al., 2004), da possibilidade da efectiva deslocação, associada a um conjunto de feitos tangíveis, correspondentes a efectivos marcos de progresso, e intangíveis, correspondente ao empolamento auto-engendrado da importância de certos marcadores (*e.g. badges*) que só adquirem sentido para o jogo e dentro da respectiva comunidade de jogadores e valores.

Neste sentido, ainda, a actividade mantida através do geocaching permite aos seus participantes “viver uma vida com maior sentido”, na acepção de Ritzer (acima, p.169), concretizada, na óptica da Psicologia Positiva,<sup>211</sup> como mantenedora de um estado de *fluxo* do ponto de vista do qual “a boa vida é aquela que pode ser caracterizada pela completa absorção naquilo que se faz” (Csikszentmihalyi, 1975; Nakamura & Csikszentmihalyi, 2009), cuja demonstração no geocaching se faz pela suspensão do tempo mecânico nos trilhos, pela extensão compulsiva das jornadas mas também pela monopolização da atenção imposta pela própria tecnologia e pela possibilidade de, para alguns, ele constituir um paradigma de “lazer sério” (acima, p.218 e seg.s).

Relativamente à persistência de uma dinâmica de *play* e de experimentalismo na vida adulta, saliente-se ainda que 90,5% dos respondentes ao nosso inquérito que praticam o jogo admitem explicitamente alguma espécie de relevância relativamente ao facto de através dela poderem “participar numa experiência de fazer-de-conta envolvendo narrativas, personagens ou universos imaginários”, 51,5% declarando-o como importante ou muito importante (Quadro 9.2, p.223).

Ao mesmo tempo, 11,3% dos utilizadores de uma ou mais redes sociais em geral, independentemente de incorporar componentes de localização ou não, admite ter criado um ou mais perfis fictícios ou paralelos nestas (Quadro 12.7). Nestes, o primeiro e principal motivo invocado é resguardar da privacidade, seguida da possibilidade de “brincar simulando ser outra pessoa” (Quadro 12.8).

Entre as “outras razões” é de salientar uma inesperada tendência para a motivação da viciação dos jogos, permitindo a troca de artefactos virtuais consigo próprio, em particular na plataforma Facebook.

**Quadro 12.7 - Alguma vez criou um e-mail e ou uma conta ou perfil fictícios ou duplicados numa rede social?**

	Freq.	%	% válida
Sim	64	10,9	11,3
Não	503	85,8	88,7
Total válido	567	96,8	100,0
Ausente	19	3,2	
Total	586	100,0	

**Quadro 12.8 - Relativamente ao e-mail, conta ou perfil fictícios ou duplicados numa rede social, quais os motivos principais para a sua criação? Ordene por ordem de importância (Primeiro motivo indicado)**

	Freq.	%	% válida	% acum.
Resguardar a minha privacidade tendo em vista impedir que as pessoas conheçam dados aspectos da minha vida e interesses	25	4,3	39,1	39,1

<sup>211</sup> Cf. por ex. Snyder e Lopez (2002, p. 59 e seg.s) e Jenkins e Pigram (2003, p. 179 e seg.s).

Brincar simulando ser outra pessoa junto das pessoas que conheço	10	1,7	15,6	54,7
Poder entabular diálogo com pessoas desconhecidas em segurança	9	1,5	14,1	68,8

Outras razões. P.f. explicita.	20	3,4	31,3	100,0
Total Válido	64	10,9	100,0	
Ausente	522	89,1		

Em matéria de auto-monitorização estrita (Quadro 12.9) saliente-se igualmente que 87,1% dos utilizadores de redes sociais concorda com a afirmação “quando estou a publicar algo numa rede social, lembro-me sempre que os outros o vão ver” (63,7% concorda mesmo “totalmente”).

60,7% admite ainda evitar colocar nas redes sociais informação que dê de si uma imagem negativa enquanto 89,1% declara evitar colocar “informações comprometedoras”.

É ainda revelador o facto de conquanto apenas 41,5% dos respondentes admita a preocupação pessoal de colocar informação que dê uma imagem positiva de si, a percepção crítica que detém do que os outros fazem é distinta, com 79,3% a reconhecer sentir por vezes que as outras pessoas “estão deliberadamente a tentar parecer ter uma vida mais interessante do que realmente têm”.

#### **Quadro 12.9 - Relativamente ao comportamento que observa nas redes sociais. Até que ponto concorda ou discorda com as seguintes afirmações?**

	Discordo Totalmente	Discordo Parcialment	Não concordo	Concordo Parcialment	Concordo Totalmente
A privacidade é uma questão a que sou indiferente e que não me preocupa.	66,2%	14,9%	9,3%	5,8%	3,8%
Evito colocar nas redes sociais informações comprometedoras.	1,3%	1,6%	8,0%	12,6%	76,5%
Quando estou a publicar algo numa rede social, lembro-me sempre que os outros o vão ver.	1,1%	2,6%	9,2%	23,7%	63,4%
Nas redes sociais escrevo tudo o que me apetece.	56,6%	19,7%	11,4%	8,1%	4,1%
Evito colocar nas redes sociais informação que dê uma imagem negativa de mim.	7,5%	5,4%	26,4%	27,2%	33,5%
Tenho a preocupação de colocar nas redes sociais informação que dê uma imagem positiva de mim.	13,1%	9,0%	36,5%	26,7%	14,8%
Às vezes sinto que as pessoas estão deliberadamente a tentar parecer ter uma vida mais interessante do que realmente têm.	0,9%	2,6%	17,2%	36,9%	42,4%
Nas redes sociais a maioria das pessoas publica qualquer coisa sem preocupação com quem as vai ler.	1,1%	7,7%	15,9%	42,1%	33,2%
Só comento ou faço "like" das coisas com que realmente concordo.	1,5%	3,3%	6,4%	21,8%	67,1%
Às vezes comento ou faço "like" só para mostrar à pessoa que a estou a ler, mesmo quando o assunto não me interessa assim tanto.	48,1%	21,4%	13,2%	13,0%	4,3%

N válido=553

### **12.6 AS TECNOLOGIAS LOCATIVAS ADMITEM O REFORÇO DO SENTIDO DE LUGAR DOS SEUS UTILIZADORES SENDO O PROSUMO DOS LOCAIS APROPRIADO COMO PARTE DA LUTA SIMBÓLICA PELO RECONHECIMENTO E PELA DISTINÇÃO.**

Num espaço social definido pela mútua distinção das posições dos que o ocupam (Bourdieu, 2000), estruturado por processos simultâneos de efeito e percepção, produto de actos de síntese e posicionamento (Löw, 2008), o *self semiótico* (Wiley, 1994) como *self espacial* (Schwartz & Haleboua, 2014), dependente da imersão no "mundo" como algo que só adquire significado sendo experimentado e vivido Richardson (2007, 2011, 2012), encontra nas tecnologias locativas um instrumento de expressão e de constituição, formando os dispositivos computacionais móveis a interface (pre)textual através da qual os indivíduos incorporam os lugares e passam a incorporá-los, são inscritos por eles e passam a inscrevê-los.



Assim, nas palavras de Bourdieu (2000, p. 184), relativamente à topologia da vida em sociedade, “cada agente tem um conhecimento prático, corpóreo, da sua posição presente e potencial no espaço social, um ‘sentido do seu lugar’ como Goffman o coloca, convertido num sentido de posicionamento que governa a sua experiência do lugar ocupado, definido absolutamente e acima de tudo relacionalmente como um *rank*, e da forma como se deve comportar de forma a o manter e a se manter dentro dele”, constituindo “a busca da distinção o princípio de todos os comportamentos humanos” que, tende a transpor o espaço social “com mais ou menos distorção no espaço físico na forma de certos arranjos dos agentes e das propriedades” (idem, p. 134), que dele se apropriam como “espaço social reificado” e simbolicamente inscrito. Nisto, para todos os efeitos, à semelhança do pensamento de Lefebvre (*cf.* acima, p.20).

Deste entendimento resulta que, contrariamente à interpretação de Goffman promovida por Meyrowitz (1985), mediante convergência com McLuhan (que preferia enfatizar como os Média aboliriam as noções de espaço e tempo), na sua junção com Bourdieu, para quem a comunicação integra a troca simbólica e os meios que permitam o seu reforço reforçam inerentemente os processos macro e micropolíticos, inextricavelmente *allodóxicos*<sup>212</sup> e distintivos, ao invés de o elidirem elas empoderam o sentido do lugar, municiando a luta simbólica pela posição e longe de “erodirem a tradicional relação entre a contexto físico e a situação social” (Meyrowitz, 1985, p. 7), na convergência com as plataformas locativas, elas reforçaram-na. Sucedendo que num ecossistema que efectivamente promove a “indiferenciação”, seja das formas de expressão (dos formatos multimédia), hibridizadas sobre o denominador comum do código, em que o software e as interfaces gráficas instituem um ambiente equalizador, seja da própria cultura<sup>213</sup> e dos domínios de vida, interpenetrando trabalho e lazer, a distinção converteu-se numa questão de motilidade, de velocidade e de agilidade (oportunismo) na apropriação dos recursos disponíveis (*cf.* acima, p. 111 e seg.s).

Assim, foram nossas sugestões. Primeiro (acima, p.192 e seg.s), que com a introdução da localização na comunicação se institui um regime translocal e transsocial em que o estudo das tecnologias móveis deve descentrar a sua atenção da forma como estas no passado ligavam pessoas repartidas por distintos lugares – e como é que, quanto muito, imersas nestes elas articulavam a relação entre o contexto físico e os contextos virtuais – para se passar a focar sobre como é que os lugares eles próprios levam as pessoas a dialogar através das tecnologias – e como é que o contexto virtual é

---

<sup>212</sup> Sobre o conceito de *allodoxia*, “um erro de percepção e de apreciação que consiste em reconhecer uma coisa pela outra” (Bourdieu, 1996a, p. 18), mormente em função da infiltração da *doxa* (acima, p. 98 e seg.s), vejam-se por ex. Bourdieu (1979, p. 164), aplicado ao consumo cultural em género e Bourdieu (1996b, p. 90), relativamente aos consumidores de Média e de televisão em particular, à semelhança do universo em estudo por Meyrowitz.

<sup>213</sup> Peterson e Kern (1996) e Emmison (2003), por exemplo, admitem que na cultura em rede os sentidos de gosto deixaram de poder ser entendidos como hierarquicamente estratificados e que a distinção entre cultura “alta” e “baixa” deixou de se aplicar; que, ao invés, na cultura actual, o contraste passou a ser função dos tipos de dieta mediática adoptados, passando a oposição a fazer-se entre os “omnívoros” e os “unívoros” na participação cultural e sobretudo por uma crescente premência dos primeiros em que o elitismo teria dado lugar a uma cultura da aceitação da diversidade e em que ao paradigma do *snob* se oporia o paradigma do *generalista* que não desdenha consumir alternadamente um espectáculo de ópera e um *reality show* não vendo nisso contradição. Para Warde, Wright & Gayo-Cal (2007), todavia, o conceito de “omnívoros” não parece suportar a prova empírica.

alavancado através da introdução do contexto físico e do conhecimento concreto dos lugares. Segundo, que na interpretação das plataformas locativas, a formulação “o meio é a mensagem” deve ser preterida a “o Meio é a mensagem”, correspondendo o termo grafado com maiúscula à colocação da ênfase não na tecnologia mas na comunicação da posição social inclusive em função da passagem pelo e do consumo do espaço; do lugar e da possibilidade de articular a comunicação em função dele, levando os indivíduos a transmitirem-se tentando apropriar as suas propriedades, circunstância em que entre outros se viu admitir formas de “domesticação do alhures”, nas quais o lar retroage sobre o meio que lhe trás a mensagem e se desloca no Meio, ao seu encontro., confrontando outros lares e esgrimindo de passagem a sua afluência (*cf.* acima, p.276 e seg.s).

Do ponto de vista do poder e das relações de domínio, o facto de as tecnologias locativas densificarem o espaço, aumentando a espessura interpretativa dos lugares, sobrepondo-lhes múltiplos significados, permite um condicionamento em dois sentidos. Dependendo da competência e capacidade crítica dos respectivos utilizadores, elas tanto aumentam a probabilidade de os indivíduos verem a sua interpretação ser limitada ou enriquecida pelos demais actores (outros indivíduos com as suas “agendas pessoais” de memórias, afectos e repulsas bem como actores institucionais, interessados em promover produtos, serviços ou valores, por ex. a protecção ambiental) como de condicionarem os outros. Nesta medida, novamente, são efectivos elementos empoderadores, tecnologias micro e macropolíticas operando por segmentação (Deleuze & Guattari, 2000, p. 208 e seg.s), permitindo jogos de resistência (Foucault, 1975), de desejo e troca simbólica (Baudrillard, 1975), de *status making* e de *status taking* na dinâmica dos encontros (Turner, 2010c, p. 100). Constituindo, no plano da distinção pessoal, instrumentos passíveis de esgrimir o sentido de gosto (Bourdieu, 1984), mormente através da associação a dados estilos de vida como “campo de afinidade estilística e heterogeneidade sem uma norma” em que, como evolução à hierarquia classista, impondo uma distinção entre as formas “altas, médias e populares” de cultura, “a pós-literacia do mundo capitalista tardio reflecte não apenas a ausência de um grande projecto colectivo mas também a indisponibilidade da velha linguagem nacional ela própria” (Jameson, 1991, p. 17)<sup>214</sup>.

No seu estudo social da tecnologia em que, identicamente ao passo por nós operado quanto ao seu papel desempenhado no seio do geocaching (*cf.* acima, p.224 e seg.s), demonstra como os artefactos e os grupos sociais se constituem mutuamente, Bijker (1997, p. 262 e seg.s) formula-o alternativamente, opondo de um lado estruturalmente um *poder semiótico*, como capacidade e processo de “fixar ou reificar os significados em certas formas, que subsequentemente articulam factos particulares,

---

<sup>214</sup> Embora a última tenha revelado a sua perenidade nos marcadores do geocaching (acima, p.187), ao mesmo tempo que a evolução política mais recente, coincidentemente nos dois principais expoentes do demoliberalismo, Reino Unido e E.U.A, na forma do *brexismo* e do *trumpismo*, respectivamente, constituem indícios da prematuridade de proclamar defunta uma das forças axiais da modernidade: o mito do estado-nação. De facto, historicamente, a forma sociativa das “comunhões” surge imbuída de um substrato reaccionário (valores do secretismo, elitismo e misticismo), como resposta a contextos de pulverização identitária coincidentemente conducentes a formas de nacionalismo populista. Em instantes de crise, ela reverte num *sentido de lugar introvertido* (Massey, 1991) que aspira ao reforço autocrático do mito nacional – em formas de *anti-cosmopolitismo* (Beck, 2006) e de náusea da miscigenação cultural (Hannerz, 1996). Nesta linha, para uma análise recente da relação entre cosmopolitismo, média e mobilidade vejam-se Christensen e Jansson (2015).

artefactos, agentes, práticas e relações" e do outro um *poder micropolítico*, inspirado em Foucault, como expressão de como uma “variedade de práticas transforma e estrutura as acções dos actores de forma particular.”

Assim, a estrutura posicional do geocaching disponibiliza a cada jogador um conjunto variado de marcadores, tanto físicos como digitais, que podem ser entendidos como constituindo um modelo de pistas acrescidas (*cf.* acima, p.251 e seg.s), de recursos que permitem aos seus utilizadores compensarem o anonimato do ambiente da rede tecnossocial de forma seja a fomentar a instituição da confiança e da reciprocidade, seja a reivindicar o *rank* que desejam ser-lhes atribuída dentro do respectivo campo.

O campo de prática do geocaching permitiu-nos ainda, na formulação do capital social consoante a meta-análise de Lin, que, por convergência com Bourdieu (1986), o define como “recursos integrados numa estrutura social que são acedidos e ou mobilizados em acções dotadas de propósito” (Lin, 2001; Lin, Cook, & Burt, 2001, p. 12), observar como, no jogo móvel locativo, tomado como pulso de uma tendência mais geral para a ludificação, a separação entre acções *expressivas* (destinadas a preservar e a manter recursos) e *instrumentais* (destinada procurar e obter recursos) é simplista, confirmando em contrapartida Coleman (1988) para quem o capital social é um produto serendipitivo, a maior das vezes não deliberado, cuja eficiência depende ao menos tanto dos tipos de práticas, de *nomos* e de *illusio* (Bourdieu, 2000, p. 96) prosseguidos nas redes quanto da sua dimensão como propriedade estrutural.

No regime de prosumo no geocaching, em que o conhecimento do próprio espaço constitui um recurso, tanto a colocação como a busca das geocaches são actos indistintamente expressivos e instrumentais. Acrescendo que, nas redes sociotécnicas, as tácticas de posicionamento, como tácticas de gestão das impressões, são menos uma questão de capital social e mais de reclamação de capital simbólico, sendo norteadas pelos acervos prévios e pela gramática comum conferida pelo capital cultural.

A potencialidade de engendramento de capital sociotécnico opera aí através da capacidade de produzir formas de “lazer comunitário”, criando laços de interdependência em que a sociabilidade surge de forma lépida, a partir do estímulo emocional resultante da interacção voluntária com os outros, desencadeando sentimentos de propinquidade e camaradagem (acima, p.262).

Assim, a óptica parsoniana e funcionalista e a perspectiva utilitarista revelam um poder explicativo limitado no domínio das comunhões lúdicas e fora da específica esfera profissional das comunidades de prática em que a análise de redes preferencialmente confina a problemática do capital em rede, sonogando as vias ínvias que a economia das dádivas assume através dos mecanismos do *play*, conferindo um excesso de atenção às suas propriedades estruturais e registando em contrapartida um défice na análise da experiência das relações e da produção cultural que particularmente nelas ocorrem (Torche & Valenzuela, 2011), cuja chave é o modo de operação do capital simbólico como pedra filosofal transmutadora entre os demais tipos.

Lin, em particular, não parece incorporar suficientemente as elucubrações de Bourdieu quanto à crítica da escolha racional. Pretende estabelecer uma ponte entre este último e a visão que se encontra

por ex. na tese do individualismo em rede de Wellman, pecando, não obstante por não o levar o longe o suficiente. E fá-lo por, no nosso entender, por uma boa razão: porque a sua concepção de ciência e a metodologia de análise quantitativa que correspondentemente propõe seria largamente impassível de capturar os efeitos da “dupla naturalização” (Bourdieu, 2000, p. 179 e seg.s) denunciados pelo autor francês. Como desiderato, advoga uma espécie de “objectividade” das redes, reconhecendo a “subjectividade” da acção dos indivíduos que nelas participam sem executar o passo reversivo fundamental para este que consiste em admitir o não reconhecimento das condições da primeira em relação à constituição da segunda.

Finalmente, como fantasmagoria espacial mediada (Jansson, 2002) o geocaching demonstrou ainda a passibilidade de a deslocação virtual compelir ao interesse pelo turismo directo, imersivo, constituindo o geocacher simultaneamente um exemplo de *pós-turista* (Feifer, 1985) que manipula os pressuposto da autenticidade dos lugares, assumindo à letra a possibilidade de com ela “brincar” e de *híper-excursionista* na medida em que constitui um consumidor ávido dos locais que coloca maior ênfase na sua diversidade e variedade tentando quebrar os típicos esquemas classificatórios da experiência de deslocação.

Nesta medida ele é o arquétipo das possibilidades abertas pela convergência entre *mediascapes*, *landscapes* e *technoscapes* (Appadurai, 1996). Especificamente, ainda de outra forma, um caso exemplar de apropriação da tecnologia locativa tendo em vista “a recusa táctica, discursiva e prática, em ser deixado fora do ou sem sentido de lugar, reinscrevendo-o de significado simbólico, memória colectiva e agência significativa” (Cartier & Lew, 2005, p. 43).

De facto, Lefebvre (1991b, p. 352 e seg.s), admitia que o espaço abstracto poderia ser convertido em espaço diferencial de resistência através da apropriação das suas contradições, entre as quais, três em particular:

- Entre quantidade (associada às técnicas de representação mental) e qualidade (associada à experiência emotiva e corpórea). Elevando-o de espaço de consumo a consumo improdutivo do espaço
- Entre o espaço de reprodução e o espaço de produção. Implicando a necessidade de romper com a sua representação institucional.
- Entre a capacidade de conceber e tratar o espaço à escala global (mundial) paralelamente à sua fragmentação por uma multiplicidade de processos que o pulverizam. Enfatizando os segundos contra a sua centralização.

Ao menos no domínio do lazer, mobilizando tanto quanto possível a capacidade libertadora do jogo sugerida por Huizinga, mostrando-se mais eficiente no primeiro e no terceiro vectores, o geocaching institui um *salto qualitativo* na experiência espacial, revelando as suas vicissitudes, não obstante, a dificuldade em transcender o imaginário do tempo em que a dimensão quantitativa tende a reintroduzir-se na forma do *agôn*, reproduzindo os valores do individualismo possessivo.

## CONCLUSÃO

“O facto permanece, porém, que tecnologia e tecnicidade tendem a adquirir uma autonomia distinta e a reforçar a dominação muito mais do que a apropriação, o quantitativo muito mais do que o qualitativo...

O espaço abstracto, considerado junto com as forças que nele operam, algumas servindo para o manter outras para o modificar, pode acutilantemente ser dito trazer manifestações de falsa consciência e de ideologia no seu regaço. Como espaço fetichizado, que reduz possibilidades e obscurece conflitos e diferenças... E no entanto, não é o resultado de uma ideologia ou de falsa consciência, mas de uma prática. A sua falsificação é auto-gerada.”

Lefebvre (1991b, pp. 392-393)

“(...) os poderes intelectuais são mais eficazes quando são exercidos na mesma direcção das tendências imanentes do mundo social, altura em que indubitavelmente duplicam, através de omissão ou compromisso, os efeitos das forças do mundo, que também são expressas através deles.”

Bourdieu (2000, p. 3)

Inaugurámos a presente dissertação com um dissabor, o da clivagem entre os universos físico e virtual, espaço e ciberespaço e subsequente interpretação das práticas neles levadas a cabo. Segmentação que, sugerimos, o advento dos média locativos contribuiria para obsoletizar, fazendo-o seguir da eleição de uma pergunta: “Como é que a introdução da localização na comunicação mediada afecta a organização das relações sociais no tempo e no espaço?”.

Chegados ao seu termo, mantemos o diagnóstico e a sugestão, que julgamos ter contribuído para demonstrar. Porém, se a algum lado o trabalho levado a cabo nos conduziu foi à curialidade de inverter os termos da pergunta. “Como é que a organização das relações sociais no tempo e no espaço afectou a introdução da localização na comunicação?” teria porventura sido uma formulação não menos pertinente de um enfoque em que fomos inadvertidamente cúmplices da lógica cujo desajuste pretendíamos ter acabado de denunciar.

Assim, a resposta curta à pergunta original é: menos do que se poderia pensar. Contrariamente aos persistentes mediacentrismo e tecnologismo com que, ao menos desde Saint-Simon e de Comte, pais, de outra forma, largamente renegados, simultaneamente da “Física Social” e da “Religião da Humanidade” (Gane, 2006, p. 14), do positivismo e do sócio-teologismo (Wernick, 2001, p. 221), se promove a utopia da comunicação universal como condição de “oxigenação” (cf. abaixo, p.VI e acima, p. 110) do organismo social<sup>215</sup>, embora a cultura tecnológica tenda a ser portadora de valores e a

---

<sup>215</sup> Mais recentemente, postulando, tal McLuhan, que “os meios electrónicos são orgânicos e biológicos” (Marchessault, 2005, p. 118) e vendo nos maquinismos que conferem acrescida facilidade de acesso à e de circulação da informação através das redes digitais instrumentos que permitiriam simultaneamente estender e integrar o sistema nervoso humano à escala planetária (Mosco, 2004, p. 69 e seg.s; Poster & Aronowitz, 2001; Rivoltella, 2008, p. ix), tendo na Internet uma espécie de registo akáshico, consciência distribuída (Goertzel, 2007, p. 329) e esfera autónoma de actividade mental (Matthews & Herbert, 2008, p. 25) cuja semântica corporizaria o alegado “sistema científico de coordenadas da *noosfera* antecipado por Teilhard de Chardin” (Lévy, 2011, p. 44) e o profético ingresso numa mística Era Noolítica, porvir invariavelmente ao virar da esquina, no qual “a Terra ‘obtem uma nova pele’. Melhor ainda, reencontra a sua alma” (Teilhard de Chardin, 2008, p. 182), materializada com o advento do ciberespaço como abraço à escala da aldeia global. “Espaço do Saber”, “impingindo-se sobre os sentidos e os outros espaços de formas únicas” (McLuhan, 1964, p. 45) e notavelmente suplantando o Território e o Espaço das Mercadorias (Lévy, 2004). Finalmente conducente a uma espécie de Metafísica do Social, que vê na computação o novo “grande ordenador” (*ordinateur*) de uma “monadologia sem Deus” na qual a acessibilidade da informação sugeriria, consoante a destriça capturada por Espinosa (Lukes, 2004, p. 73), um modelo de poder como *potentia* ao invés de como *potestas*, fundado na capacidade de poder agir em condições de igualdade de forma veloz e informada sobre a capacidade de poder obrigar, no empoderamento molecular da “Inteligência

endossar práticas que legitimam a naturalidade de uma certa constelação de interesses, a tecnologia não determina *Deus ex machina*<sup>216</sup> a sociedade nem é independente da organização económica, processos de produção, relações sociais e concepções mentais do mundo a montante, inclusive relativamente ao próprio espaço, cuja lógica interna de ordenação tende a (re)produzir. Ela constitui um meio e não um fim e as redes tecnológicas contemporâneas construções laboriosas e não correspondências naturais; inevitáveis e benevolentes vasos neutrais (Keen, 2015; Robins & Webster, 1999, p. 67 e seg.s).

Já na versão reavaliada, a resposta comprida, por conseguinte, implica que, bourdesianamente, indissociando conhecimento e prática, ou, lefebrianamente, representação mental do espaço e sua vivência social, a questão se deva desmultiplicar em dois pares, glosando, por seu turno, Tuan (1977, p. 5):

- a) Como é que as pessoas atribuem significado e organizam o espaço e o lugar (simultaneamente o *locale* e o sentido da sua posição na paisagem social)? E como é que os média locativos o podem afectar?
- b) Como é que o pensamento social tenta organizar e atribuir significado à forma como as pessoas atribuem significado e organizam o espaço e o lugar? E como é que o advento das práticas proporcionadas pelos média locativos podem nele ser enquadrados?

Este desdobramento é essencial. Porque a resposta só se torna verdadeiramente quimérica, primeiro, na condição da adopção das metafísicas da presença e da proximidade – crença numa realidade transparente e imediata (Grosz, 1999, p. 224) - e, segundo, em função das permanentes diferenciação e disputa que a lógica do trabalho académico ela própria impõe (Bourdieu, 1988; Bourdieu & Wacquant, 1992; Clark, 2004).

Assim, começando pelo segundo par desdobrado, a “mediação” e talqualmente a “virtualização” perdem grande parte do anátema como “interposição” e “alheamento”, respectivamente, na condição de executarmos três movimentos de reajuste nos pressupostos do dispositivo com que para ela à partida olhamos. Respectivamente, nas concepções de Espaço, de Comunicação e de Sociabilidade (ou, mais apropriadamente, do modo como concebemos e em conformidade articulamos a dinâmica das formas sociativas nos seus diferentes níveis de escala/extensão).

Cada sociedade produz o seu próprio espaço (Lefebvre, 1991b, p. 31) e as concepções sobre ele alternam historicamente, privilegiando as suas dimensões relacional, relativa e absoluta (Harvey, 2006), tal as do *self* alternam entre os seus pólos unitário e dispersivo (abaixo, p.XXIII). Um desajuste surge

---

Colectiva” como alegada fórmula de uma “Economia das Qualidades Humanas” e federação ideal dos indivíduos, otimizando o seu potencial. Numa nostalgia de paraíso perdido (Žižek, 2001, p. 9) em que paradoxal, mas não originalmente (Bell, 1978), a tecnologia constituiria um viático para regressar ao estado natural, negado pela queda em pecado, renovada “interpretação do corpo místico de Cristo (...), afinal, a derradeira extensão do homem”, tendo no computador “a promessa de um estado tecnologicamente engendrado de entendimento e unidade universal, um estado de absorção no *logos* que poderia entretecer a humanidade numa única família” (McLuhan, 1969); em Jesus o primeiro *cyborg* e na “conexão” o acto de comunhão da sua hóstia.

<sup>216</sup> Literalmente “Deus surgido da máquina”. No teatro grego (Aristóteles, 2003, p. 36 e seg.s), expressão originalmente empregue para descrever o artifício mediante o qual um actor, representando uma entidade divina, surgia em palco do nada, descendo do “céu”/Olimpo por intermédio de um sistema de cordas e roldanas. No contexto diz respeito à apresentação por parte das teorias da mudança tecnológica desta como variável exógena, atribuível ao génio inerente dos “inventores” e dos “empreendedores” (Harvey, 2010, p. 169), “de preferência trabalhando na garagem dos seus pais” (Mosco, 2014, p. 78), em que o progresso surge por supetão e golpe desgarrado, fruto da imanente capacidade humana para a inovação. Veja-se, ainda, por ex., Nancy (1993, p. 48), Robins e Webster (1999, p. 66), Virilio (1997, p. 82) e Alexander (1983, pp. 96, Vol. II).

quando a pulverização do segundo é assumida e a identidade perspectivada como auto-electiva e distribuída, porém a unidade do primeiro recalcitrantemente mantida. Quando se atribui ao *self* ter entrado numa fase de alta, tardia, reflexivo-hermenêutica ou mesmo de pós modernidade, consoante se prefira, porém, o espaço se continua a interpretar com os referentes do iluminismo, de onde nasce uma incongruência puramente aparente. Entre um *self* que opera numa moldura de referência egocêntrica, constituída por relações entre sujeitos e objectos, encontrando nas redes uma forma plural (Lahire, 2002) e um espaço monolítico, exo, geo ou alocêntrico de que se assume como satisfatória uma representação única, homogénea e global (Gallagher, 2011, p. 124; Pylyshyn, 2007, p. 171). Torna-se assim necessário suplantar a desajustada noção euclidiana, cartesiana e kantiana (Shields, 2006a, p. 148) deste último como absoluto e apriorístico, enfatizando o seu carácter produzido e preenchido sobre o seu carácter inevitavelmente dado (ponto de partida da “comunidade perdida”) e os efeitos relativos e relacionais incrementados pelo crescente movimento de pessoas e ideias. O “espaço do conhecimento” não supera o das mercadorias nem o do território, eles coexistem e entretecem-se mutuamente; todo o espaço se apreende e manifesta como produto indissociavelmente social, físico e mental. Assim, independentemente de qualquer tecnologia particular, todo ele é simultaneamente real e virtual, actual e potencial, vivido e imaginado. Não constitui um pano de fundo inerte, mas algo que adquire relevância quando dotado de sentido, indistintamente apreendido no acto do seu cruzamento ou da sua imaginação. Não rigorosamente um “vazio”, mas algo que “existe” sempre como espaço projectivo e inscrito. Processo que as contemporâneas tecnologias de comunicação em rede, longe de lhe introduzirem uma fractura radical, meramente continuam e aprofundam.

Segundo, implícito em tal, porque fruto do mesmo desajuste, está igualmente o preterimento da visão da “comunicação” como transmissão e difusão de informação à distância, privilegiando ao invés a integração sobre a interacção e o paradigma ritual (*cf.* acima, p.43), seja, a ênfase na forma como ela serve para construir e manter as crenças partilhadas – e não menos relativamente à nossa crença na sua importância, que os protagonistas do espaço mediático naturalmente promovem. Os meios de comunicação não são meros veículos operando etereamente sobre, mas partes comprometidas na construção social da realidade.

Terceiro, pondo de lado o nostálgico (*cf.* acima, nota 58, p.85) superemolamento de Tönnies na admissão de que os fenómenos de comunitarização não precisam de ser “salvos” porque, na verdade, rigorosamente, nunca estiverem em risco de desaparecer. A “comunidade” pode, na acepção tradicional, ser definida pela contiguidade geográfica e pelas relações involuntariamente impostas pela coexistência face-a-face mas, mais do que isso, ela constitui um processo, consoante definida por Weber (Couldry & Hepp, 2016, p. 89; Hepp, 2015, p. 205; Weber, 1978, p. 40), de comunitarização (*vergemeinschaftung*), “relação social caracterizada pela orientação da acção social para um senso de pertença mútua, subjectivamente sentido, entre os nela envolvidos”. Por conseguinte, a clivagem espaço-ciberespaço perpetua na ênfase conferida à discussão da índole das “comunidades virtuais”, dada pela análise de redes, inspirada nas preocupações do comunitarismo norte-americano, marcado pela apreensão face ao fenómeno largamente suburbano da perda das relações de vizinhança, em larga medida, aquela outra e

inerentemente simplista entre *gemeinschaft* e *gesellschaft* contra a qual ao menos duas veredas são possíveis e porventura complementares.

Uma primeira consiste numa aproximação à sociologia germânica, reabilitando, já se viu, Weber, segmentando as formas sociativas não em função da proximidade, do carácter focado e do horizonte presencial, mas da natureza da acção e dos laços nelas prosseguidas, sejam comunais, baseados no sentimento e no carisma, seja associativos, baseadas no cálculo racional (perante o que, efectivamente, muitas das qualidades utilitárias atribuídas às “comunidades pessoais” recaem nas segundas e de onde também resulta que por natureza as comunidades em linha são tão imaginadas como outras quaisquer), mas também Elias (de resto, tal a panaceia reiteradamente sugerida por Mouzelis – *cf.* acima, nota 73, p.100). Descartando o mito emocionalmente carregado da “comunidade” em prol dos conceitos escaláveis e aespaciais de “comunitarização” e de “figuração” respectivamente, e no que especificamente toca a necessidade de acomodar a mobilidade, a figura dos *bünde* em Schmalenbach<sup>217</sup> (Hetherington, 1994; Schmalenbach, Luschen, & Stone, 1977), de que Maffesoli foi não explícito reinterprete recente na forma das “neotribos”. De resto no esteio seja de Bauman (2001a, p. 66) para quem “a necessidade da comunidade estética, gerada pelas preocupações com a identidade é o terreno de pasto favorito da indústria do entretenimento”, seja de Lyotard (1994, p. 218), que a postula como campo de “comunicação do gosto”, de resto apenas vagamente à semelhança de Bourdieu que, por seu turno, prefere a figura do campo social enfatizando, contra Kant, o carácter socialmente determinado do sentido do belo, mormente substituindo o senso desinteressado do “sublime” pela busca da distinção (posição social) em função da antinomia entre o que é raro e vulgar e da luta pela definição do gosto através das formas culturais tidas por legítimas – *cf.* Gronow (1997, p. 168 e seg.s) e Susen e Turner (2011, p. 127) .

Desta feita, numa segunda vereda, talqualmente, a sensibilidade da Antropologia adoptada pelos que propõem o estudo dos média com prática (acima, p.94) denuncia a pluralidade dos grupos de pertença, insubsumíveis à comunidade virtual, o que nos levou como moldura alternativa à topologia social de Bourdieu e à teoria dos campos, aclarando o conteúdo da comunicação ora como *doxa* ora como expressão do *habitus*, da diferenciação associada ao consumo, ao hedonismo e à opção por dados

---

<sup>217</sup> De facto, ao diagnosticar a necessidade da formulação *bund*, Schmalenbach mostrou-se sobretudo crítico o facto de a “comunidade” de Tönnies ser efectivamente impositiva, derivada da proximidade e, portanto, baseada em laços involuntários nos quais se nasceu. Fórmula que contemporaneamente continua manifestamente mitificada e obnubilada, de tal modo que a nostalgia do terreiro perdido da aldeia sonega as doses de controlo social inerente e o condicionamento a que porventura mais ainda do que na modernidade industrial e urbana o individuo nele está sujeito - *cf.* Delanty (2003, p. 43 e seg.s). Constituindo originalmente, entre o final do século XIX e o início do XX, a forma particular de companheirismo entre viajantes e especificamente dos movimentos de juventude românticos alemães, advogando, como expressões de cultura masculina, algo à semelhança de Torga (*cf.* abaixo, p. XLIV), a vida “autêntica” do nómada, o calcorrear dos trilhos naturais, a imersão na ruralidade e a proximidade da vida camponesa como prazeres simples e expressões telúricas mediante as quais o indivíduo se podia encontrar consigo próprio, designando-se e vendo-se a si mesmos como *wandervogel* (literalmente “aves de passagem”, “errantes” ou “migratórias”), os *bünde* admitem uma forma de associação etimologicamente caracterizada pela “união” e pelos “laços” que se constituem entre aqueles, à partida, perfeitos desconhecidos, que se encontravam, em mobilidade, “na estrada”. Assim, mais do que “comunidades virtuais”, as componentes de peripatetismo e afinidade electiva fazem com que as formas associativas perseguidas nas redes tecnológicas locais sejam sobretudo candidatas a ser descritas como “comunhões”, “bandos” ou “fraternidades”.



estilos de vida como categorias classificantes e pré-classificadas, *portmanteaux* na luta simbólica pelo poder. Relativamente à qual o conexionismo, como novo espírito do capitalismo, revela ainda ser tributário da crítica artística romântica, recentemente reeditada na forma da “ideologia californiana” (Barbrook & Cameron, 1995), que tem nos ambientes dos SRS instrumentos particulares de ordenação, facultando a internalização dos interesses objectivos, latentes ao capitalismo informacional, mediante a sua incorporação no sistema subjectivo de signos, antes de, e como condição para que, os sujeitos lhe possam reagir esteticamente – Schulze (1992, p. 99). Mesclando os valores da “autenticidade”, da “transparência” e a cenoura da comunidade liminóide *hippie*, marcada pelo experimentalismo e pela expressividade, pelo *remix* e pela promessa original do acesso irrestrito à informação, com a lógica corporativa *yuppie*, efectivamente orientada pelo lucro, pelo direito de autor e pela apreensão e mercantilização dos dados da vida privada.

Assim, já numa ponte em direcção ao primeiro par de questões desdobrado, quando optámos pelo estudo do geocaching assumimos, acima de tudo, que, à semelhança da opção de MacCannell pelo turismo e pelo turista como um dos melhores modelos disponíveis do homem moderno em geral (*cf.* abaixo, p. XLIII e seg.s), os geocachers constituiriam porventura um dos melhores exemplos disponíveis do indivíduo que se confronta com as tecnologias de comunicação e localização e que, como caso crítico, paralelamente à elucidação original da sua dinâmica enquanto actividade, o seu estudo deveria igualmente permitir retirar ilações seja para confrontar a teoria seja para compreender o ambiente social alargado, mormente cotejando a hipótese de a tecnologia locativa poder constituir instrumento de reforço do sentido de lugar dos respectivos utilizadores (seja, simultaneamente, da *lógica* e da *percepção* tanto da sua *posição social* como da *localização física*; de quem julgam e querem parecer ser e da interpretação que atribuem a onde comunicam estar ou ter estado).

Como se viu (cap.s 8 a 12), a análise do geocaching permitiu-nos corresponder à necessidade não apenas de entender os sinais da mudança, sem necessariamente fazer a sua apologia, como de procurar como as tecnologias digitais são efectivamente usadas por figurações de pessoas no seu quotidiano; retirando ensinamentos, avaliando, revendo, estabelecendo colações e tornando transparentes nos termos concretos das suas “práticas” autores cujo pensamento teórico surge por vezes como perceptivelmente desgarrado e estratosférico; pensadores frequentemente focados nos modelos da “experiência” em abstracto, além das apropriações sociais particulares (Featherstone, 2007, pp. 56,62), as quais, uma vez escrutinadas, tendem a revelar ora o seu idealismo, ora a sua excessiva generalização, requisitando, em contrapartida, a sua complementaridade.

Entre outros, ele permitiu-nos ainda, em síntese: 1) testemunhar a utilidade da recuperação, seja dos paradigmas ritual e narrativo no estudo da comunicação, afastando como apressada a sugestão da linha afluyente para a qual as formas de socialidade engendradas em rede seriam eminentemente informacionais, baseadas primariamente na troca instrumental de dados mais do que na troca de experiências mútuas quando se viu que os relatos, as “estórias” e a partilha das emoções são centrais ao tipo de intimidade e de comunhão vividos em torno da plataforma geocaching.com e sítios derivados, seja das preocupações das sociologias da vida quotidiana, da fenomenologia do lugar e do *habitus*,

reconhecendo que a pura escolha racional como fundamento da conduta é tipicamente sobrevalorizada pela análise de redes e se mostra insuficiente para compreender o tipo de acção festiva e deliberadamente encenada predominante nas práticas de um universo comunicativo crescentemente permeado pela ludificação, particularmente quando estas se fazem acompanhar não só de deslocções como de intervenções sobre o ambiente articuladas individualmente como desvelos carregados de significado biográfico; 2) sugerir que as qualidades apercebidas do espaço como “contentor neutro” (ainda que efectivamente ele nunca o seja) servem de pretexto desinibidor e contribuem para lubrificar a produção do discurso e a interpelação do outro, explicando parte do sucesso das plataformas locativas; 3) testemunhar o modo de funcionamento, o processo de atribuição de significado aos e a importância dos objectos nos ambientes ditos pós-sociais, em função do seu universo de artefactos, particularmente rico; 4) permitiu-nos explorar a metáfora tanto dos mapas como dos ecrãs enquanto espelhos e do seu espaço *híbrido*, físico e virtual, enquanto alteridade heterotópica (como “círculo mágico” do jogo mas também enquanto “espaço dentro do espaço”, espaço de ritos, ilusão e alegoria, forma possível de resistência que, nos termos de Lefebvre, eminentemente reflecte as representações mentais e o imaginário do tempo mas no qual também são possíveis erupções criativas em que, por seu turno, na sugestão de Crary (1990, 2001), a manipulação da atenção é ao mesmo tempo factor de domínio e de emancipação e o movimento algo de relativo e relacional, sempre passível de engendrar efeitos imprevistos, nos termos de Bourdieu dimensão estruturada e potencialmente estruturante (em que a assunção do *trespassing* e do valor do detalhe inaudito no geocaching tanto servem de elemento de *distinção* como se impõem contra as práticas de *zoning* e a crescente segmentação funcional do espaço); 5) confirmar, enfim, a sugestão genérica de Manovich (2002, p. 57) em como os ambientes das plataformas sociais e o tipo de comunicação pessoal de massas que eles admitem são significativos na medida em que a sua principal qualidade consiste na promoção da intensificação da compressão espaço-temporal a par, particularmente, da instituição crescente de processos que permitem a externalização e a objectivação da mente, determinando a sua inscrição no e reinscrição pelo ambiente. Tese por seu turno reformulada por Jansson (2015) sob o fórmula da *intergilância*, em que se observou que as práticas do jogo locativo são inseparáveis dos processos de monitorização social (de “vigilância” em sentido amplo), incluindo a inscrição algorítmica da “normalidade” comunicativa, a qual porém não é por si só determinante, permitindo corresponder à necessidade de compreender não a vida em termos dos Média mas as *affordances* destes como ponto de partida a partir do qual a conduta humana se apropria e manifesta em função de necessidades sociais perenes, assumindo um “carácter volátil e não reflexivo”, marcado pelo valor do cosmopolitismo, mas também pela necessidade de reconhecimento e pelo *embutimento* micropolítico nas práticas quotidianas de relações de poder informais tendo como impulso o desenvolvimento, a expressão e a confirmação da identidade.

Confirma-se igualmente, a nosso ver, que mais do que quaisquer outras, o estudo das aplicações a que as plataformas locativas estão sujeitas permite reposicionar a problemática da relação entre espaço e ciberespaço, seja porque ambos são produtos sociais, seja porque a marca dessa socialidade é a comunicação, em que, relativamente à discussão do binómio sociedade-tecnologia (elucidada, ainda, no

Anexo A), o balanço geral vai no sentido do carácter subordinado da segunda. O uso das telecomunicações no geocaching indicia que estas não são, consoante a fantasmagoria da “comunidade perdida”, necessariamente empregues para substituir os encontros físicos, servindo igualmente para promover encontros entre indivíduos distantes. O exemplo da instituição regional *dos meet-ups* no geocaching, bem como as chances para encontros e trocas fortuitas no terreno conferem-lhes novo valor e vitalidade. Promovendo oportunidades para o convívio proximal, ele de facto pode aproximar as pessoas, permitindo activar o espaço local, convidando os distantes a visitá-lo e asseverando a asserção de Gournay e Smoreda (2003, p. 58) em como “a mobilidade não só aumenta as oportunidades para localizar as ocasiões para encontros sociais não publicitados pelos média, ela também torna possível trazer, à última da hora, pessoas adicionais sem terem de antemão um ponto fixo de encontro”.

De facto, as tecnologias móveis locativas são apropriadas como pretextos para socializar e sair de casa, tanto com os conhecidos como com os desconhecidos; elas constituem nos termos de Morley, elementos de abertura do domicílio ao exterior, de combate ao seu isolamento; formas de “economia moral”, não apenas no sentido estrito de Silverstone (*cf.* acima, nota 200, p.276) mas também no sentido alargado de Thompson (1971), cooptado por Jenkins, Ford & Green (2013, p. 52), enquanto pretexto de novos “contratos sociais”, da definição de teres e haveres quanto ao uso das plataformas de comunicação por parte dos utilizadores entre si e entre estes e os respectivos provedores.

Neste particular, a constatação da clivagem de género do geocaching, com o esmagador predomínio dos homens, é significativa a múltiplos níveis (veja-se, para uma escalpelização mais detalhada, abaixo, G.1.1, p.LXXII e seg.s). Sem grande novidade, da persistência culturalmente atribuída à propensão nómada do homem tanto quanto da repartição doméstica das tarefas ser assimétrica mas também, numa interpretação possível, do facto de, socializadas no estereótipo da “expressividade”, elas porventura terem mais facilidade em integrar as suas relações na esfera íntima enquanto, sujeitos por seu turno à atribuição do estereótipo da “instrumentalidade” (Parsons, 1970, pp. 44,60,98; Parsons & Bales, 1956, pp. 46,320 e seg.s), eles tenderiam a prosseguir ligações mais distanciadas, medida em que, como jogo social, o geocaching teria um apelo compensatório. Indiciando-se, em todo o caso, à semelhança da crescente segmentação do entretenimento em geral, uma individualização do lazer dentro do próprio espaço doméstico em particular que foi insuficientemente explorada e se identifica como merecedora de futura atenção.

Mais fundo e mais longe a observação do abismo entre sexos dentro do jogo locativo, como exemplo de prática fortemente tecnologicizada, deve inclusive levar-nos a admitir a possibilidade da prevalência da perspectiva da *flânerie* e de uma forma geral o incesso do peripatetismo e da “mobilidade” como visões que traduzem um desvio de género dentro da construção teórica e na interpretação das sociedades ocidentais em que se toma a experiência masculina com efectivo padrão. Possibilidade de resto já diagnosticada em Uteng e Cresswell (2008).

Mediante o peso que as práticas de colecionismo revelam ter no seu seio, o geocaching sugere ainda o interesse em aprofundar a compreensão deste como oitava do consumismo, consoante a interpretação de Fuchs (2008, p. 148 e seg.s), para quem as redes informativas agravam a contradição

entre a ideologia da produção colectiva – apresentada nas plataformas colaborativas da Web 2.0 sob a fórmula da “agregação da inteligência social”<sup>218</sup> - e a efectiva apropriação individual dos bens (antitéticas, na medida em que ao sugerirem como *modus operandi* os valores do estabelecimento de um número crescente de associações bem como da informação, recurso efectivamente incontrolável, constituem “a essência da negação da propriedade individual e do atomismo do capitalismo”); entre as “economias” (isto é, os diferentes sistemas de apreciar e conferir valor) informacionais das “dádivas”, marcadas pela motivação social, e dos “bens”, marcadas pelos motivos económicos.

Sobretudo, o geocaching permite indiciar como esta contradição aparentemente insanável é superada – e anulada no seu potencial “transformador”, incorporando a “atitude natural” – através da forma como os mecanismos de atribuição do valor social incorporam o valor económico da competitividade, permitindo jogar (explicitamente, como no caso do jogo locativo mas também implicitamente na actividade mantida nas plataformas sociais em geral) o valor da *distinção* e o capital da identidade (Côté, 1996), no melhor dos esquemas tipo Ponzi (os quais, como é sabido, tendem inevitavelmente a “rebenotar”, o que porém não parece ser o caso dada a elasticidade dos artefactos e dos elementos conferidores de estatuto na sua forma digital, que prometem sustentar o seu infinito crescimento). Extraíndo valor económico dos bens como alvo de competição consumista e elemento de distinção social, algo manifesto desde sempre na publicidade dos Mass Media, mas crescentemente epidermizado nos meios de comunicação pessoal.

Com efeito, contra a asserção mais recente de Rifkin (2014) quanto ao eclipse do capitalismo mediante uma “nova sociedade do custo marginal zero”, baseada na generalização de comunidades em que alegadamente “a cooperação anula a concorrência”, a “dádiva” como acto rigorosamente “desinteressado” não existe, nem para Bourdieu (2000, p. 194), nem para a Teoria das Trocas nas Redes de Peter Blau, nem mesmo nas sociedades ditas “arcaicas”, originalmente alvo de inquérito por Mauss (2002), em que emerge sobretudo como negação antecipada do conflito e instituidora da “obrigação de reciprocidade”.

A economia digital, por conseguinte, converte o valor social da distinção (“oferecendo” os seus instrumentos) em valor comercial instituindo um processo de auto-fagocitose sustentado em que a “valia” da informação como moeda de troca e processo colaborativo constitui o pretexto, mas a distinção e necessidade de reconhecimento é aquilo que efectivamente determina o seu “valor” de câmbio para os indivíduos enquanto, explorando a sua necessidade de afirmação, cabe às corporações aproveitar ambos como efectivo valor pecuniário.

---

<sup>218</sup> Medida em que, levado à letra, e não fora, na génese, subsequente ao dito rebenotamento da “bolha da Internet” (Darity, 2008, pp. 109-110, Vol. IV; Piketty, 2014, p. 172), no início do milénio, também, pretexto para justificar o trabalho que não é trabalho, isto é, para compensar e encapotar o desinvestimento na produção original de “conteúdos”, a recuperação do “prosumo” (cf. nota 254. p.XLIV) – aquém e além do nicho dos *hobbies*, efectivamente impossíveis sem as “lojas” que vendem as suas ferramentas e matérias primas, e dos *gadgets*, em geral, cada vez mais *made to break*, que tornam o regime de conectividade ubíqua possível -, tomada à letra e generalizada, efectivamente mataria a galinha dos ovos de ouro. Caso para recordar Marx (Graham, 2006) e Simmel (2004, p. 482 e seg.s) em como, ainda na Idade da Internet, o dinheiro é o verdadeiro meio de todos os média, o supremo meta-meio que permite superar a distância e ao mesmo transferir a força das relações sociais que produz.

A compreensão das sucessivas camadas de motivação por detrás do geocaching, peladas dos raciocínios mais manifestos até sobretudo aos mais latentes, revelam que a economia das dádivas não é necessariamente contraditória com a dos bens; de facto a primeira é apropriada pela segunda. Através da instrumentalização do impulso diferenciador torna-se possível manter a cadeia de extracção de valor permanentemente animada, explorando tão somente o perpetuamente incompleto e auto-renovado impulso psicanalítico de falta-busca que anima o *Self*, em que, lacanianamente (Knorr-Cetina, 1997), nos ambientes orientados para a informação e para o conhecimento, a ligação entre o eu e o outro se estabelece em ordem ao desejo dos objectos.

Face ao desafio consoante inicialmente formulado – a clarificação das práticas sociais emergentes da sobreposição entre espaço, actores sociais e tecnologias de comunicação, vocacionalmente correspondentes ao campo dos ditos “média locativos” – e às perguntas correspondentemente colocadas – notavelmente, “como é que o espaço é reconceptualizado pela conectividade dos meios digitais?” e “para que fins e em ordem a que preocupações é que os actores sociais integram a possibilidade da localização da informação nas suas práticas?” - a busca de respostas conduziu-nos tacitamente à adopção de uma heurística caracteristicamente bourdesiana (Bourdieu & Wacquant, 1992, pp. 104-107; Grenfell, 2010, p. 20), envolvendo a “análise da posição do campo face aos demais campos e ao do poder em particular”, o “mapeamento da estrutura objectiva de relações entre as posições ocupadas pelos agentes que competem pelas formas legítimas de autoridade específica da qual o campo é uma instância” (incluindo o confronto dos próprios saberes académicos e o posicionamento do advento do webgeoespacial no quadro do modo de desenvolvimento vigente, articulando-a com os interesses dos actores corporativos e nacionais) e, finalmente, a “análise dos *habitus* dos agentes; dos sistemas de disposições que eles adquiriram pela internalização de um tipo determinístico de condição social e económica”. Determinismo temperado com Lefebvre (*cf.* cap. 1), admitindo a potencial diferencialidade das práticas sócio-espaciais e de alguma forma com Lash (*cf.* cap. 5) mediante a reabilitação de Adorno no tocante ao potencial hermenêutico do particularismo, da ética da cura (identificada no geocaching como forma de reparo pelo recreio – *cf.* cap. 8 - mediante a busca da proximidade à natureza), das práticas situadas e de um modo de compreensão marcado pela técnica da verdade desveladora (patente na comunidade imaginada e deliberadamente secretina de gosto que o jogo corporiza sob a forma dos “mistérios” que cada geocache encarna relativamente ao local onde se implanta e que cabe aos jogadores descriptar, *cf.* cap. 9 ) como potenciais formas de intersubjectividade e desalienação.

Na modernidade reflexiva (Beck, Giddens, & Lash, 2001), enfatizada como mudança nas situações de vida e nos padrões biográficos, a individualização encontra nas plataformas sociais a sua forma eleita de expressão. Elas constituem parte de um modo de reintegração e controlo que privilegia a consciência e a identidade subjectivas sobre as condições de vida objectivas persuadindo o sujeito do primado das primeiras sobre as segundas, convertendo, na sugestão de Beck, “o indivíduo ele próprio na unidade de reprodução do social no mundo vivido” dentro de um esquema de comunicação bastante uniformizado em que as fronteiras entre público e o privado e entre o trabalho e o lazer se esboroam e

com elas a consciência de classe. Efectivamente, contribuindo para mascarar a dependência institucional da situação individual, em que paradoxalmente “a individualização se converte na mais avançada forma de socialização dependente do mercado, da lei, da educação e assim sucessivamente (...) tornando as pessoas dependentes de um controlo externo que era desconhecido nos enclaves da subcultura familiar” e em que “a esfera privada não é o que parece ser: uma esfera separada do ambiente. Ela constitui o que está fora virado ao contrário e tornado privado, condições e decisões tomadas alhures (...) com indiferença geral pelas suas consequências biográficas particulares” (Beck, 1992, pp. 131-133); se se quiser um *diktat* com pouca novidade da cultura objectiva sobre a cultura subjectiva (Kaern, Phillips, & Cohen, 1990, p. 62 e seg.s) na qual, quanto muito, se passou a insinuar de forma crescentemente sub-reptícia e auto-consentida.

Neste esquema, o espaço virtual é elemento cúmplice, um espaço abstracto pleno, inteiramente confeito e como tal plenamente "estético", isto é, um espaço cuja arquitectura é dada ao exercício da produção de imagens e ilusões que constituem a prática estética (a prática de "dar forma"). É um espaço "enformado" e "enformador", em certo sentido um espaço de "pura forma" cujos signos e objectos não subsistem fora dele estando dependentes dos impulsos eléctricos e energéticos necessários para o tornar acessível na forma *renderizada* dos pixéis ou dos magnetos que dentro das colunas produzem as ondas acústicas.

O espaço tal como o *self* existem sobretudo enquanto construções teóricas que traduzem e tentam corresponder às preocupações do seu tempo. Assim, tal como Seigel (abaixo, p.XXII) sugere para o segundo uma alternância histórica enfatizando respectivamente as suas dimensões corpórea, relacional e reflexiva e os pólos unitário e dispersivo da sua formulação, de Cassirer, Lefebvre e Harvey (2006, p. 275) retiramos analogamente uma teoria cíclica das interpretações atribuídas ao primeiro, enfatizando respectivamente as suas dimensões orgânica, relacional e mental e a alternância entre os pólos objectivista/materialista e constitutivista/transcendentalista (efectivamente sublinhando este último as dinâmicas de acção temporal sobre o espaço, tal atribuído aos *fluxos* em rede) perante o reconhecimento das quais o relevante não é determinar a sua “essência”, sugerindo-se ultimamente que em Sociologia devemos abdicar de tentar compreender o que sejam ora o “espaço” ora o *self*, deixando tais preocupações para a Física e para Psicanálise, respectivamente, mas sim compreender como é que as diferentes práticas humanas criam e utilizam as suas diferentes conceptualizações. Tarefa, todavia, mais complexa do que aparenta atendendo a que os paradigmas dominantes em cada instante tendem a reinterpretar o passado aplicando retroactivamente as suas categorias de análise, consoante a crítica comum à “História de Espaço” do próprio Lefebvre (*cf.* acima, p.18).

Assumindo o último risco, pôde, não obstante, reconhecer-se que o espaço da primeira modernidade industrial constituía o espaço da sociedade nacional como expressão territorializada das relações sociais, o espaço da razão cartográfica aberto à conquista e ao domínio pela ocupação, simultaneamente simétrico e assimétrico; em que se procurava estender o modelo da metrópole, mas onde o “indigenato” adquiria não obstante estatuto distinto da “cidadania romana”. O espaço da geoestratégia (em sentido estrito), dotado de recursos (e.g. minerais) e qualidade tangíveis (e.g. a

importância de Gibraltar e do controlo de certos estreitos, como pontos de passagem obrigatória) em que os sujeitos se perfilavam ora como súbditos ora como cidadãos, porém dotados de uma identidade que lhes era sobretudo conferida.

O espaço da globalização, do informacionismo e das tecnologias de comunicação e transporte que a tornaram possível, apresentados como pós-industriais, em contrapartida, é o espaço do capital descentralizado, um espaço polimórfico, plenamente assimétrico cujo sentido de escala foi perturbado, eminentemente relativo e simbólico. No primeiro caso, tornado dependente da crescente mobilidade do observador, “resultado da posição e estado dos corpos presentes relativamente à moldura de referência do utilizador, mudando na mesma frequência em que o estado dos corpos eles próprios se modifica; um espaço em permanente mudança, constituído pela deslocação e apercebido em função das posições relativas dos corpos e objectos” (Stoetzer, 2008). No segundo, constituído dialecticamente como relação entre categorias que existem em função dos processos que o definem, em que no universo comunicativo pessoas e artefactos não existem no espaço mas o definem no acto da sua articulação (Massey, 1994, p. 263).

O contemporâneo espaço da subjectividade enredada é o espaço do *self* fragmentário e da cidadania global, dos indivíduos que crescentemente migram e se deslocam seja de forma permanente seja por lazer e em férias, um espaço atinente em que os sentidos de escala se imiscuem e entram em confronto, em que a identidade local coteja tanto outras identidades locais contíguas como a própria identidade global, em que as redes enfatizam a temporalidade e a transitoriedade das próprias formações espaciais e em que os indivíduos se associam posicionando-se temporariamente em geografias em permanente revolução e deslocação, como “espectros de coisas que se moveram mas deixaram a sua marca em momentos situados em redes distanciadas que cruzam um dado espaço” (Aminy, 2002).

A comunicação digital e o hipercapitalismo sugerem-no como *quântico*, espaço astrofísico de buracos negros, dimensões paralelas e *wormholes* em que tudo é possível e em que as mudanças de posição passam a equivaler a transferências electrónicas quase instantâneas. Visão aparentemente babelesca e discricionária em que através da introdução da perspectiva relacional de Bourdieu pudemos introduzir um correctivo, reconhecendo lógica nas suas aparentes *singularidades* através da gravidade do campo social, perante a qual a percepção da posição numa rede depende sempre do percurso dos que a integram e para os utilizadores das tecnologias móveis locativas, o definidor dos lugares passou a ser o sentido de gosto definido pelos indivíduos em relação a outros indivíduos; passou a ser constituído pelas relações sociais e pelas narrativas que sobre e em torno delas se constituem, processo mimético de prefiguração, configuração e reconfiguração (Ricoeur, 1994), alvo de produção e apropriação estética, alvo de fotografia, de vídeos, de *likes* e de declarações de presença como afiliações simbólicas

De acordo com o prognóstico de Lefebvre, às práticas repressivas de *zoning* impostas pela abstracção neocapitalista do espaço deveria suceder o espaço diferencial, espaço justaposto e contraditório que admitiria a coexistência de múltiplas leituras e vivências. Não será neste caso despiciendo admitir que as tecnologias GPS potencialmente temperam o espaço virtual com essa possibilidade, facilitando o advento de um espaço social crescentemente híbrido, simultaneamente

abstracto e natural; estético porém de forma íntima, pessoal e por vezes, efectivamente intersubjectiva, como mapeamento e reconhecimento mútuo de posições em que a tentação antropofágica (Bauman, 2003, p. 187) é sempre inevitável mas onde ao menos se institui a possibilidade e o sabor de experimentar uma dieta mais diversa da carne alheia; em que o próprio acto de demarcação se torna mais acessível e em que, no mínimo, o indivíduo beneficiaria de acrescida estereoscopia.

O geocaching faz dos seus praticantes enquanto prosumidores dos média locativos., espectadores "impuros" e "parciais" (Boltanski, 1999); no bom sentido, espectadores que não se limitam a contemplar a rede social como a plateia de um teatro mas que sobem ao palco, se envolvem e se comprometem com os lugares que consomem e em que estes últimos medeiam e promovem entre eles uma convergência como alvo de atenção e julgamento que os leva a relacionar-se afectando-os em comum. Sustenta um impulso locativo que simultaneamente leva a percorrer a distância física aos lugares e a paliá-la no plano afectivo entre os jogadores.

Se o espaço não tem sentido sem o movimento tal como as tecnologias não produzem significado se não permitirem actuar sobre o ambiente (Ihde, 1990), se ele não é nem estático nem puramente apriorístico, então às tecnologias de localização deveria ser reconhecida como faculdade válida permitirem aos seus utilizadores dele se apropriarem e nele se inscreverem, cumprindo-o em unísono como natural, mental e social; admitindo em particular na forma do jogo móvel locativo a instituição de espaços representacionais tecidos pelo corpo em deslocação, simultaneamente estruturados e texturados pelo exercício difractor das memórias individuais operando sobre o reflexo simétrico da colectiva; espaço projectivo porém reificado, concreto, palpável; recuperação do agropastoralismo nómada (Lefebvre, 1991b, p. 234) como impulso naturalista em que o próprio Lefebvre (Shields, 1999, p. 184) – tal como N. Elias, V. Turner e Huizinga - reconhece a ética de aventura, a prática subterrânea e a festividade liminóide como inversão carnavalesca enquanto potenciais instituidores de um contra-espaço de resistência (Lefebvre, 1991b, p. 54) e sinais de um capitalismo que rebenta pelas costuras.

O dilema, não obstante, consoante resulta de Boltanski (*cf.* acima, p.113), é que Lefebvre sugere como antídoto a crítica artística, inspirada no surrealismo e no situacionismo. Não contemplando quando o capitalismo é exímio em a incorporar, mostra-se efectivamente incapaz de gerar um plano de acção convincente. Por conseguinte, tendo feito o diagnóstico inadvertidamente acaba por sugerir a cronicidade da maleita, pela mesma ordem de razão e da mesma maneira que o geocaching revela que no espaço qualitativo do jogo como desinteressado se encerra o espaço quantitativo da competitividade.

Enlace cuja ambiguidade se encontra igualmente em Lash, o qual, aplicando a mesma lógica dualista à cultura, pretende reconhecer uma inflexão vitalista na sua dialéctica com a mecanismo iluminista rumo ao que entende ser a terceira etapa da modernidade que, subsequente às suas fases “simples” e “reflexiva”, a consumaria como completa, num “cenário com um desfecho mais aberto” (*sic*): a modernidade estética.

Nesta senda, analogamente aos *bünde* de Schmalenbach e ao neotribalismo de Maffesoli, fiel ao seu diagnóstico do “fim do capitalismo organizado” (Lash & Urry, 1987), Lash antevê na sua “Crítica



da Informação” (Lash, 2002, pp. 39-48) que este trará como modo de associação as “desorganizações”, “mais comunidades do que sociedades”, presumindo um modo particular de individualização “não utilitário, não estratégico, não auto-idêntico” que, sugere, diversamente da burocracia de Weber e da Economia Política de Marx, melhor se pode explicar no quadro das formas elementares (pré-institucionais) da vida religiosa de Durkheim, tendo como arquétipo as “seitas”, movidas não por uma economia do *ego* e da escolha racional mas por intermédio do afecto, da economia libidinal, do desejo e do apelo do carisma.

Contrariamente à organização taylorista, em que a posição de cada um é independente daquele que a ocupa e subsiste funcionalmente para além dessa ocupação particular, nas desorganizações, subentende-se, a posição seria constituída pelos indivíduos, movendo-se com eles. Assim, nas comunhões móveis em rede as responsabilidades não seriam atribuídas e os papéis não seriam dados, mas engendrados por quem os assume. Contra o modo reprodutivo da normatividade burocrática, as desorganizações sugeririam o individualismo como personalização; dependente da passibilidade de fazer as pessoas sentirem-se especiais; caracteristicamente definidas pelos valores e não pelas normas; fluidas e móveis, assentes na produção da economia como cultura e na possibilidade da crítica do geral pelo particular. Seriam “comunidades reflexivas”, subseqüentemente (Lash, 2001) precisadas como “comunidades estéticas”.

Consoante transparente na metáfora de acordo com a qual “os participantes nas desorganizações são antropólogos filosóficos cientes do défice de instintos da humanidade”, as desorganizações (efectivamente as novas formas de associação) consoante ideadas por Lash são perceptivelmente fantásticas, porém eminentemente utópicas,

Tal as neotribos de Maffesoli, elas fazem pleno sentido no campo lúdico, sonogando, porém, a complexidade infra-estrutural que mantém as “economias da informação” a funcionar e a contradição, já identificada por D. Bell, entre hedonismo e eficiência-económica. Soam bem na óptica dos operadores simbólicos, “vencedores da reflexividade”, porém irónicas perante o crescente estrato dos seus “perdedores”, num instante em que por exemplo se estima que nos E.U.A a introdução dos processos de automação deve no prazo de duas décadas impor uma redução de 50% do emprego (Thompson, 2016). Preferem não recordar que que a “malha de ferro” foi instituída por uma razão e imaginam-nos libertos dela sem atender às consequências, como se na sua ausência (a ausência dos mecanismos do conformismo, soltos os freios sob a fórmula sociativa das seitas e dos afectos) o sistema continuasse a funcionar com a mesma eficiência. Admitindo-se, finalmente, que elas “operam num mar de violência” (Lash, 2002, p. 44) sem aparente e verdadeiramente contemplar a enormidade contida na expressão. Constitui, cremos, uma elucubração *what if*, definida a *contrariu sensu*, de intelectual para intelectuais.

Tomadas à letra, as desorganizações corresponderiam não menos do que à destituição pela tripla revolução de Wellman da tripla revolução atlântica. Seriam o canto do cisne da civilização ocidental e do Euromundo, tal a adopção do cristianismo e a crise da escravatura assinalou o fim do *Mare Nostrum* da civilização romana. Sobretudo, constituem uma visão insensível aos choques civilizacionais (Huntington, 1996) e um augúrio de abismo para os respectivos povos; outra forma de *o Fim da História*

e prelúdio de um novo mergulho feudal.

De facto, contra Lash podemos invocar Bauman (2003, p. 183) para quem “nenhuma das instituições essenciais da sociedade moderna sobreviveria a um milagroso triunfo do ‘estar-junto comunitário’, se acontecesse uma vez; nem sobreviveria a uma colonização do campo dos maus encontros da inatenção civil por relações pessoais emocionalmente carregadas. Se não houvesse estranhos, pode-se dizer, precisariam ser inventados “. A sugestão da comunidade como significados, acompanhada e feita depender da necessidade de uma hermenêutica não da “suspeita” mas da “recuperação”, “à luz dos fundamentos ontológicos do ser-no-mundo comunitário” (Beck, Giddens, & Lash, 2001, p. 181), sonega as faculdades míticas deste último como algo a que não se pode regressar - “promessa de ressuscitar os mortos” (Bauman, 2001b, p. 151) - e que se encontra por construir; o mais próximo que se lhe conhece é a nação como comunidade imaginada e segundo o testemunho passado, levada aos limites do emocionalismo e do espírito de “seita”, os seus resultados estão longe de ser “mais abertos”.

Podemos igualmente invocar os limites à estética extraídos por Boltanski (1999, p. 13 e seg.s) do diálogo com Adam Smith em que se recorda que o vitalismo nietzschiano implica igualmente o desprezo pela “piedade”, bem como que a perspectiva relativística do espaço tende a ser puramente afirmativa, abdicando-se da reciprocidade de perspectivas e em conformidade da possibilidade de justificação da conduta em termos do bem comum e desembocando-se, em função, tendencialmente, na política do ressentimento.

Podemos ainda recordar Caillois quanto às formas degenerada do jogo, entre as quais, a par da “violência” e da “superstição”, pontifica a “batota”, cuja aceitação se constatou permear progressivamente o geocaching, como tipo de comunhão.

Assim, finalmente, sugere-se, para concluir reabrindo a angular, da mesma maneira que relativamente ao espaço e ao *self* a questão verdadeiramente relevante não é o que eles “são” mas aquilo que se lhes atribui “serem”, relativamente às modernas práticas em rede a questão aguda é menos o que é a “cultura digital” e quais os efeitos da “virtualização” das relações, passando crescentemente a ser até que ponto, enfatizando a vida como *jogo*, as formas lúdicas e o comportamento mimético, a reconceptualização do espaço social pelos média digitais favorece a desvirtuação da ética da “autenticidade” e a aceitação da simulação nos média como “normalidade”.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbagnano, Nicola (1970). *História da Filosofia* (Vol. XIV). Lisboa: Editorial Presença.
- Abbagnano, Nicola (2007). *Dicionário de Filosofia* (2ª ed.). São Paulo: Martins Fontes.
- Abbas, Yasmine & Fred Dervin (2009). *Digital technologies of the self*. Newcastle: Cambridge Scholars.
- Abercrombie, Nicholas, Stephen Hill & Bryan S. Turner (2006). *The Penguin dictionary of sociology* (5ª ed.). Londres ; Nova Iorque: Penguin.
- Aboujaoude, Elias (2011). *Virtually you: the dangerous powers of the e-personality* (1ª ed.). Nova Iorque: W.W. Norton.
- Ackermann, Edith (2001). *Piaget's constructivism, Papert's constructionism: What's the difference? Future of learning group publication*. Recuperado de: <http://learning.media.mit.edu/content/publications/EA.Piaget%20%20Papert.pdf>
- Adams, Matthew (2007). *Self and social change*. Los Angeles ; Londres: SAGE.
- Adey, Peter (2006). *If Mobility is Everything Then it is Nothing: Towards a Relational Politics of (Im)mobilities*. *Mobilities*, 1 (1), 75-94. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/17450100500489080>
- Adorno, Theodor W. (1991). *The culture industry : selected essays on mass culture*. Londres: Routledge.
- Adorno, Theodor W. (2009). *Indústria cultural e sociedade* (5ª ed.). São Paulo: Paz e Terra.
- Adorno, Theodor W. & Stephen Crook (2002). *Adorno : the stars down to earth and other essays on the irrational in culture*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Agnew, John A. & James S. Duncan (1989). *The Power of place : bringing together geographical and sociological imaginations*. Boston: Unwin Hyman.
- Aguado, Juan & Inmaculada Martínez (2010). *Liquid Digital Selves: Mobile Media Implicit Cultures, Social Relations and Identity Management*. *Encyclopaedia*, 14 (28).
- Aguado, Juan Miguel, Claudio Feijóo & Inmaculada J. Martínez (Ed.s) (2013). *La Comunicación Móvil: Hacia un nuevo ecosistema digital*. Barcelona: Gedisa.
- Aguado, Juan Miguel & Inmaculada J. Martínez (Ed.s) (2008). *Sociedad Móvil: Tecnología, Cultura e Identidad*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Ahmed, Amr, Liangjie Hong & Alexander J. Smola (2013). *Hierarchical geographical modeling of user locations from social media posts*. Comunicação apresentada em Proceedings of the 22nd international conference on World Wide Web, Rio de Janeiro, Brazil. Recuperado de: <http://www2013.wwwconference.org/proceedings/p25.pdf>
- Akhtar, Salman, Mary Kay O'Neil & Sigmund Freud (2011). *On Freud's "Beyond the pleasure principle"*. Londres: Karnac.
- Alexander, Jeffrey C. (1983). *Theoretical logic in sociology*. Berkeley: University of California Press.
- Alexander, Jeffrey C. (2003). *The meanings of social life: a cultural sociology*. Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Alexander, Jeffrey C., Bernhard Giesen, Richard Münch, *et al.* (Ed.s) (1987). *The Micro-macro link*. Berkeley: University of California Press.
- Alexander, Jeffrey C. & Philip Smith (2005). *The Cambridge companion to Durkheim*. Cambridge, UK ; Nova Iorque: Cambridge University Press,.
- Algoe, Sara B. & Jonathan Haidt (2009). *Witnessing excellence in action: the 'other-praising' emotions of elevation, gratitude, and admiration*. *The Journal of Positive Psychology*, 4 (2), 105-127. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/17439760802650519>
- Allmer, Thomas (2012). *Towards a critical theory of surveillance in informational capitalism*. Frankfurt am Main ; Nova Iorque: Peter Lang.
- Allmer, Thomas (2015). *Critical theory and social media : between emancipation and commodification*. Londres ; Nova Iorque: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Almeida, Políbio F. A. Valente de (1990). *Do poder do pequeno estado. Enquadramento geopolítico da hierarquia das potências*. Lisboa: ISCSP-UTL.
- Altman, Irwin & Setha M. Low (1992). *Place attachment*. Nova Iorque: Plenum Press.
- Alves, Luiz & Paulo Carvalho (2014). *Geocaching e descoberta valorização de territórios rurais*. In Carvalho (Ed.), *Lazeres Ativos I*. Coimbra: Editado por Servicios Académicos Internacionales para eumed.net. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1426/index.htm>
- Alves, Luiz & João Luís Jesus Fernandes (2015). *Geocaching e percepção da paisagem: retratos da ruralidade portuguesa a partir de um powertrail na serra da Lousã*. *Turydes. Revista Turismo y Desarrollo*, 8 (18). Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/18/geocaching.html>
- Aminy, Ash (2002). *Spatialities of Globalisation*. *Environment and Planning A*, 34 (3), 385-399. DOI/URL: <https://doi.org/10.1068/a3439>
- Amirou, Rachid (1989). *Sociability/Sociality*. *Current Sociology*, 37 (1), 115-120. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/001139289037001012>

- Anderson, Benedict (1991). *Imagined communities : reflections on the origin and spread of nationalism*. Londres ; Nova Iorque: Verso.
- Anderson, Janna Quitney (2005). *Imagining the internet : personalities, predictions, perspectives*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield.
- Andrejevic, Mark (2004). *Reality TV : the work of being watched*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield Publishers.
- Andrejevic, Mark (2005). The work of watching one an-other: Lateral surveillance, risk, and governance. *Surveillance & Society*, 2 (4), 479-497. Recuperado de: [http://www.surveillance-and-society.org/articles2\(4\)/lateral.pdf](http://www.surveillance-and-society.org/articles2(4)/lateral.pdf)
- Andrejevic, Mark (2009). Privacy, Exploitation, and the Digital Enclosure. *Amsterdam Law Forum*, 1 (4), 47-62. Recuperado de: <http://amsterdamlawforum.org/article/view/94/168>
- Aneja, Atul (2016, 9 de Agosto). Troubled waters. China defies the Permanent Court of Arbitration's ruling on its claims in the South China Sea. *Frontline*, 33 (14), 57-60. Recuperado de: <http://www.frontline.in/world-affairs/troubled-waters/article8937269.ece>
- Antin, Judd & Elizabeth F. Churchill (2011). Badges in Social Media: A Social Psychological Perspective. Comunicação integrada em CHI 2011 Gamification Workshop Proceedings, Vancouver, BC, Canada. Recuperado de: <http://labs.yahoo.com/publication/badges-in-social-media-a-social-psychological-perspective/>
- Appadurai, Arjun (1996). *Modernity at large : cultural dimensions of globalization*. Minneapolis, Minn.: University of Minnesota Press.
- Apprich, Clemens (2009). Urban Heterotopia: Zoning Digital Space. In: *In/visibility: Perspectives on Inclusion and Exclusion*. Comunicação apresentada em IWM Junior Visiting Fellows' Conferences, Vol. 26., Viena. Recuperado de: <http://www.iwm.at/publications/5-junior-visiting-fellows-conferences/vol-xxvi/urban-heterotopia/>
- Archer, Margaret Scotford (2003). *Structure, agency, and the internal conversation*. Cambridge, UK ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Archer, Margaret Scotford (2007). *Making our way through the world : human reflexivity and social mobility*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Archer, Margaret Scotford (2010). *Conversations about reflexivity*. Abingdon, Oxon ; Nova Iorque, NY: Routledge.
- Ariely, Dan (2008). *Predictably irrational : the hidden forces that shape our decisions (1ª ed.)*. Nova Iorque, NY: Harper.
- Ariely, Dan & Michael Norton (2009). How Concepts Affect Consumption. *Harvard Business Review*. Recuperado de: <https://hbr.org/2009/06/how-concepts-affect-consumption>
- Aristóteles (2003). *Poética*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- Armitage, John (2012). *Virilio and the Media*. Londres: Polity.
- Armitage, John & Ryan Bishop (2013). *Virilio and visual culture*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Armitage, John & Joanne Roberts (2002). *Living with cyberspace : technology & society in the 21st century*. Nova Iorque: Continuum.
- Arnold, M. (2003). On the phenomenology of technology: the "Janus-faces" of mobile phones. *Information and Organization*, 13 (4), 231-256. DOI/URL: [https://doi.org/10.1016/s1471-7727\(03\)00013-7](https://doi.org/10.1016/s1471-7727(03)00013-7)
- Aron, Raymond (1992). *As Etapas do Pensamento Sociológico*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Arora, Payal (2014). *The leisure commons : a spatial history of Web 2.0*. Nova Iorque: Routledge.
- Arrasvuori, Juha, Marion Boberg, Jussi Holopainen, *et al.* (2011). Applying the PLEX framework in designing for playfulness. Comunicação apresentada em Proceedings of the 2011 Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces - DPPI '11, Milano, Italy. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/2347504.2347531>
- Ashby, W. Ross (1963). *An introduction to cybernetics (1ª ed.)*. Nova Iorque: Wiley.
- Augé, Marc (1995). *Non-places : introduction to an anthropology of supermodernity*. Londres ; Nova Iorque: Verso.
- Austin, G. (2016). *New Uses of Bourdieu in Film and Media Studies*. Nova Iorque: Berghahn Books.
- Ausubel, David Paul (1963). *The psychology of meaningful verbal learning*. Nova Iorque,: Grune & Stratton.
- Avelino, Flor & Jan Rotmans (2009). Power in Transition: An Interdisciplinary Framework to Study Power in Relation to Structural Change. *European Journal of Social Theory*, 12 (4), 543-569. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1368431009349830>
- Back, Les (2012). *Cultural sociology : an introduction*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Bakardjieva, Maria (2005). *Internet society : the Internet in everyday life*. Londres: SAGE.
- Bakdash, Jonathan Z., Sally A. Linkenauger & Dennis Proffitt (2008). Comparing Decision-Making and Control for Learning a Virtual Environment: Backseat Drivers Learn Where They are Going. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 52 (27), 2117-2121. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/154193120805202707>

- Bamford, James (2001). *Body of secrets : how America's NSA and Britain's GCHQ eavesdrop on the world*. Londres: Century.
- Bamford, James (2008). *The shadow factory : the ultra-secret NSA from 9/11 to the eavesdropping on America* (1ª ed.). Nova Iorque: Doubleday.
- Bandura, Albert (1997). *Self-efficacy : the exercise of control*. Nova Iorque: W.H. Freeman.
- Baptista, Joana Isabel da Silva (2014). *Geocaching como ferramenta de Marketing Digital*. Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Engenharia Informática, Área de Especialização em Sistemas Gráficos e Multimédia, ISEP, Porto. Recuperado de <http://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/5792>
- Barata, Óscar Soares (1991). *Ciências Sociais*. Lisboa: Associação de Estudantes do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (Policopiado).
- Barbrook, Richard & Andy Cameron (1995). *The Californian Ideology*. Mute, 1 (3). Recuperado de: <http://www.metamute.org/editorial/articles/californian-ideology>
- Barker, Chris (2004). *The Sage dictionary of cultural studies*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- Barker, Donald, Melissa S. Barker & Katherine Pinard (2010). *Internet research, illustrated* (5ª ed.). Boston, Mass.: Course Technology/Cengage Learning.
- Bateson, Gregory (1955). *A theory of play and fantasy; a report on theoretical aspects of the project of study of the role of the paradoxes of abstraction in communication*. *Psychiatr Res Rep Am Psychiatr Assoc* (2), 39-51. Recuperado de: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/13297882>
- Bateson, Gregory (1972). *Steps to an ecology of mind*. Londres,.
- Baudrillard, Jean (1975). *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70.
- Baudrillard, Jean (1981). *For a critique of the political economy of the sign*. St.Louis: Telos Press.
- Baudrillard, Jean (1983). *Simulations*. Nova Iorque, N.Y., U.S.A.: Semiotext(e), Inc.
- Baudrillard, Jean (1998). *The consumer society : myths and structures*. Londres: SAGE.
- Bauerlein, Mark (2011). *The digital divide : arguments for and against Facebook, Google, texting, and the age of social networking*. Nova Iorque: Jeremy P. Tarcher/Penguin.
- Bauman, Zygmunt (1995). *Life in fragments : essays in postmodern morality*. Oxford: Blackwell.
- Bauman, Zygmunt (1996). *From Pilgrim to Tourist - or a Short History of Identity*. In Hall & Du Gay (Ed.s), *Questions of cultural identity* (pp. 18-36). Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Bauman, Zygmunt (2000). *Liquid modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Zygmunt (2001a). *Community. Seeking Safety in an Insecure World*. Cambridge: Polity.
- Bauman, Zygmunt (2001b). *The individualized society*. Cambridge: Polity.
- Bauman, Zygmunt (2003). *Ética Pós-Moderna* (2ª ed.). São Paulo: Paulus.
- Bauman, Zygmunt (2007). *Vida para consumo. A transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Baym, Nancy K. (2010). *Personal connections in the digital age*. Cambridge, UK ; Malden, MA: Polity.
- Beck, Ulrich (1992). *Risk society : towards a new modernity*. Londres ; Newbury Park, Calif.: SAGE Publications.
- Beck, Ulrich (2000). *The brave new world of work* (Camiller, Trad.). Cambridge: Polity in association with Blackwell.
- Beck, Ulrich (2005). *Power in the global age : a new global political economy*. Cambridge: Polity.
- Beck, Ulrich (2006). *The cosmopolitan vision*. Cambridge, UK ; Malden, MA: Polity.
- Beck, Ulrich & Elisabeth Beck-Gernsheim (2001). *Individualization : institutionalized individualism and its social and political consequences*. Londres: SAGE.
- Beck, Ulrich, Anthony Giddens & Scott Lash (1994). *Reflexive modernization : politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Stanford, Calif.: Stanford University Press.
- Beck, Ulrich, Anthony Giddens & Scott Lash (2001). *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Madrid: Alianza Editorial. (Reimp. 2ª).
- Becker, Howard Saul (1998). *Tricks of the trade : how to think about your research while you're doing it*. Chicago, Ill.: University of Chicago Press.
- Beddows, Emma (2008). *The Methodological Issues Associated with Internet-Based Research* *International Journal of Emerging Technologies and Society*, 6 (2), 124-139. Recuperado de: <http://www.swinburne.edu.au/hosting/ijets/journal/V6N2/pdf/Article3Beddows.pdf>
- Belk, Russell W. (1995). *Collecting in a consumer society*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Bell, Daniel (1973). *The coming of post-industrial society; a venture in social forecasting*. Nova Iorque: Basic Books.
- Bell, Daniel (1978). *The cultural contradictions of capitalism* (Paperback ed.). Nova Iorque: Basic Books.
- Bell, David (2007). *Cyberculture theorists : Manuel Castells and Donna Haraway*. Londres: Routledge.
- Ben S. Bunting, Jr (2014). *The Geocacher as Placemaker: Remapping Reality through Location-Based Mobile Gameplay*. In Farman (Ed.), *The mobile story : narrative practices with locative technologies* (pp. 161-174). Nova Iorque: Routledge.

- Benedikt, Michael (2007). *Cyberspace: first steps*. In Bell & Kennedy (Ed.s), *The cybercultures reader* (2<sup>a</sup> ed., pp. xxiv, 797 p.). Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Benson, Rodney (1999). *Field Theory in Comparative Context: A New Paradigm for Media Studies*. *Theory and Society*, 28 (3), 463-498. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/3108557>
- Berg, Bruce L. (2009). *Qualitative research methods for the social sciences* (7<sup>a</sup> ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Berker, Thomas (2006). *Domestication of media and technology*. Maidenhead: Open University Press.
- Berry, David M. (2011). *The philosophy of software : code and mediation in the digital age*. Basingstoke, Hampshire ; Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Bertel, Troels Fibæk (2013). *Mobile Communication in the Age of Smartphones: Large Processes of Domestication and Re-domestication*. Tese de Doutorado, IT University of Copenhagen - DS, Copenhaga. Recuperado de <https://en.itu.dk/~media/en/research/phd-programme/phd-defences/2013/publicversionbertel2013mobilecommunicationintheageofsmartphonespdf.pdf?la=en>
- Best, Kirsty (2009). *When Mobiles Go Media: Relational Affordances and Present-to-Hand Digital Devices*. *Canadian Journal of Communication*, 34 (3), 397-414. DOI/URL: <https://doi.org/10.22230/cjc.2009v34n3a2205>
- Bhabha, Homi K. (1994). *The location of culture*. Londres: Routledge.
- Bhabha, Homi K. (1998). *O local da cultura*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Bidgoli, Hossein (2004). *The Internet encyclopedia*. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons.
- Bijker, Wiebe E. (1997). *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Bijker, Wiebe E., Thomas Parke Hughes & T. J. Pinch (2012). *The social construction of technological systems : new directions in the sociology and history of technology* (Anniversary ed.). Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Billig, Michael (1995). *Banal nationalism*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Blackshaw, Tony (2005). *Zygmunt Bauman*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Blaikie, Norman W. H. (2000). *Designing social research : the logic of anticipation*. Cambridge: Polity Press.
- Blair, Ann (2010). *Too much to know : managing scholarly information before the modern age*. New Haven, Conn.: Yale University Press.
- Blair, Ann (2011, 14 de Março). *Information Overload's 2,300-Year-Old History*. Harvard Business Review Blog Network. Recuperado de: [http://blogs.hbr.org/cs/2011/03/information\\_overloads\\_2300-yea.html](http://blogs.hbr.org/cs/2011/03/information_overloads_2300-yea.html)
- Blau, Peter Michael (1964). *Exchange and power in social life*. Nova Iorque.: J. Wiley.
- Blau, Peter Michael (1977). *Inequality and heterogeneity : a primitive theory of social structure*. Nova Iorque: Free Press.
- Blau, Peter Michael (1994). *Structural Context of Opportunities*. Chicago: University of Chicago.
- Boellstorff, Tom (2010). *A Typology of Ethnographic Scales for Virtual Worlds*. In Bainbridge (Ed.), *Online worlds : convergence of the real and the virtual* (pp. 123-134). Londres ; Nova Iorque: Springer.
- Boltanski, Luc (1999). *Distant suffering : morality, media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press. (Reimp. 2004).
- Boltanski, Luc & Eve Chiapello (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard. (Reimp. 2011).
- Boltanski, Luc & Eve Chiapello (2007). *The new spirit of capitalism*. Londres: Verso.
- Boltanski, Luc & Arnaud Esquerre (2014). *La «collection», une forme neuve du capitalisme la mise en valeur économique du passé et ses effets*. *Les Temps Modernes*, n° 679 (3), 5-72. DOI/URL: <https://doi.org/10.3917/ltm.679.0005>
- Boltanski, Luc & Arnaud Esquerre (2016). *The Economic Life of Things. Commodities, Collectibles, Assets*. *New Left Review* (90). Recuperado de: <https://newleftreview.org/II/98/luc-boltanski-arnaud-esquerre-the-economic-life-of-things>
- Bolter, J. David & Richard A. Grusin (1999). *Remediation : understanding new media*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Bonnwitz, Patrice (2002). *Premières leçons sur la sociologie de Pierre Bourdieu* (2<sup>a</sup> ed.). Paris: Presses Universitaires de France.
- Borgatta, Edgar F. & Rhonda J. V. Montgomery (2000). *Encyclopedia of sociology* (2<sup>a</sup> ed.). Nova Iorque: Macmillan Reference USA.
- Borges, Simone de Sousa, Vinicius H. S. Durelli, Helena Macedo Reis, *et al.* (2014). *A systematic mapping on gamification applied to education*. Comunicação apresentada em Proceedings of the 29th Annual ACM Symposium on Applied Computing - SAC '14, Gyeongju, Republic of Korea. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/2554850.2554956>
- Bourdieu, Pierre (1970). *The Berber house or the world reversed*. *Social Science Information*, 9 (2), 151-170. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/053901847000900213>
- Bourdieu, Pierre (1971). *Intellectual Field and Creative Project*. In Young (Ed.), *Knowledge and control: new directions for the sociology of education* (pp. 161-188). Londres: Collier-Macmillan.

- Bourdieu, Pierre (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Bourdieu, Pierre (1979). *La distinction : critique sociale du jugement*. Paris: Éditions de Minuit.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction : a social critique of the judgement of taste*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Bourdieu, Pierre (1986). *The Forms of Capital*. In Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 46-58). Nova Iorque: Greenwood Publishing Group, Incorporated.
- Bourdieu, Pierre (1988). *Homo academicus*. Cambridge: Polity Press in association with Basil Blackwell.
- Bourdieu, Pierre (1990a). *In other words : essays towards a reflexive sociology*. Cambridge: Polity.
- Bourdieu, Pierre (1990b). *The logic of practice*. Cambridge: Polity.
- Bourdieu, Pierre (1991). *Language and symbolic power*. Cambridge: Polity in association with Basil Blackwell.
- Bourdieu, Pierre (1996a). *The rules of art : genesis and structure of the literary field*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre (1996b). *Sur la télévision; suivi de L'emprise du journalisme*. Paris: Liber éditions.
- Bourdieu, Pierre (2000). *Pascalian meditations*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre (2001). *O Poder Simbólico*. Miraflores: Difel.
- Bourdieu, Pierre (2003). *Questões de Sociologia*. Lisboa: Edições Fim de Século.
- Bourdieu, Pierre & Luc Boltanski (1990). *Photography : a middle-brow art* (1998 ed.). Cambridge: Polity in association with Blackwell.
- Bourdieu, Pierre & Loïc J. D. Wacquant (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bramham, Peter & Stephen Wagg (2011). *The new politics of leisure and pleasure*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Brenner, Neil (2001). *The limits to scale? Methodological reflections on scalar structuration*. *Progress in Human Geography*, 25 (4), 591-614. DOI/URL: <https://doi.org/10.1191/030913201682688959>
- Brenner, Neil & Stuart Elden (2009). *Henri Lefebvre on State, Space, Territory*. *International Political Sociology*, 3 (4), 353-377. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.1749-5687.2009.00081.x>
- Brewer, Anthony (1990). *Marxist theories of imperialism : a critical survey* (2ª ed.). Londres: Routledge.
- Brignall III, Tom (2002). *The New Panopticon: The Internet Viewed as a Structure of Social Control*. *Theory & Science*, 3 (1). Recuperado de: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpan003570.pdf>
- Brin, David (1998). *The transparent society : will technology force us to choose between privacy and freedom?* Reading, Mass.: Perseus.
- Brinkmann, Svend (2008). *Identity as Self-Interpretation*. *Theory & Psychology*, 18 (3), 404-422. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0959354308089792>
- Brockmann, Dirk & Fabian Theis (2008). *Money Circulation, Trackable Items, and the Emergence of Universal Human Mobility Patterns*. *IEEE Pervasive Computing*, 7 (4), 28-35. DOI/URL: <https://doi.org/10.1109/mprv.2008.77>
- Brown, Nicholas & Imre Szeman (2000). *Pierre Bourdieu : fieldwork in culture*. Lanham, Md. ; Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- Bruno, Giordano (1584). *On the Infinite Universe and Worlds*. Veneza: Recuperado de: <http://www.positiveatheism.org/hist/brunoiuw0.htm#IUWTOC>.
- Bryant, Clifton D. & Dennis L. Peck (Ed.s) (2007). *21st century sociology : a reference handbook* Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Bryman, Alan (2004a). *The Disneyization of society*. Londres Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publishers.
- Bryman, Alan (2004b). *Social research methods* (2ª ed.). Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Buchanan, Ian (2006). *Fredric Jameson : live theory*. Londres: Continuum.
- Burawoy, Michael (2012). *The Roots of Domination: Beyond Bourdieu and Gramsci*. *Sociology*, 46 (2), 187-206. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0038038511422725>
- Burke, Peter J. & Jan E. Stets (2009). *Identity theory*. Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Burrows, Roger (2005). *Sociological amnesia in an age of informational capitalism? Information, Communication & Society*, 8 (4), 464-470. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/13691180500418279>
- Büscher, Monika & John Urry (2009). *Mobile Methods and the Empirical*. *European Journal of Social Theory*, 12 (1), 99-116. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1368431008099642>
- Büscher, Monika, John Urry & Katian Witchger (2011). *Mobile methods*. Abingdon, Oxon ; Nova Iorque, NY: Routledge.
- Caillois, Roger (2001). *Man, play, and games*. Urbana: University of Illinois Press.
- Câmara, João Bettencourt da (1993). *Análise Estrutural Contemporânea: A Emergência de um Modelo - Louis Althusser*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- Cameron, Fiona & Sarah Kenderdine (2007). *Theorizing digital cultural heritage : a critical discourse*. Cambridge, Mass. ; Londres: MIT.
- Campbell, Colin (1989). *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Basil Blackwell.

- Campbell, Scott W. & Yong Jin Park (2008). Social Implications of Mobile Telephony: The Rise of Personal Communication Society. *Sociology Compass*, 2 (2), 371-387. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2007.00080.x>
- Cardoso, Gustavo (2006a). *The Media in the Network Society*. Lisboa: CIES-ISCTE.
- Cardoso, Gustavo (2006b). *Os Media na Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cardoso, Gustavo (2010). From Mass Communication to Networked Communication: Thoughts 2.0. LINI Working Paper Nb 1. Recuperado de: [http://www.lini-research.org/np4/?newsId=9&fileName=GCardoso\\_LINI\\_WP1.pdf](http://www.lini-research.org/np4/?newsId=9&fileName=GCardoso_LINI_WP1.pdf)
- Cardoso, Gustavo (Ed.) (2013). *A Sociedade dos Ecrãs*. Lisboa: Tinta da China.
- Carey, James W. (2009). *Communication as culture : essays on media and society* (Rev. ed.). Nova Iorque: Routledge.
- Carlisle, Rodney P. (2009). *Encyclopedia of play in today's society*. Los Angeles: SAGE.
- Caronia, Letizia & James E. Katz (2010). Between the Subject's Agency and the Strength of Things. An Introduction. *Encyclopaideia*, XIV (28), 11-34. Recuperado de: <https://www.digibup.com/products/tra-l-agentivita-del-soggetto-e-la-forza-delle-cose-un-introduzione-di-letizia-caronia-e-james-e-katz>
- Cartier, Carolyn L. & Alan A. Lew (2005). *Seductions of place : geographical perspectives on globalization and tourist landscapes*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Carvalho, Ana Amélia Amorim, Sónia Cruz, Célio Gonçalo Marques, *et al.* (2014). *Atlas do 2º Encontro sobre Jogos e Mobile Learning*, Coimbra. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/1822/29145>
- Casey, Edward S. (1996). How to get from space to place in a fairly short stretch of time. Phenomenological prolegomena. In Feld & Basso (Ed.s), *Senses of place* (pp. 13-52). Santa Fé, Novo México: School of American Research Press.
- Cassirer, Ernst (1962). *An essay on man : an introduction to a philosophy of human culture*. New Haven: Yale University Press.
- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Linchuan Qiu, J. & Sey, A. (2004). *The Mobile Communication Society: a global perspective*. Comunicação apresentada em International Workshop on Wireless Communication Policies and Prospects: A Global Perspective, Annenberg School for Communication, University of Southern California, Los Angeles. Texto. Recuperado de: <http://arnic.info/workshop04/MCS.pdf>
- Castells, Manuel (1977). *The urban question : a Marxist approach*. Londres: Edward Arnold.
- Castells, Manuel (2002). *A Sociedade em Rede. A Era da Informação. Economia, Sociedade e Cultura*. (Vol. I). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, Manuel (2007). *A Galáxia Internet. Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade* (2ª ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castells, Manuel (2009). *Communication power*. Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Castells, Manuel (2010). *The rise of the network society* (2ª ed.). Chichester, West Sussex ; Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Castiglione, Dario, Jan W. van Deth & Guglielmo Wolleb (2008). *The handbook of social capital*. Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Castree, Noel & Derek Gregory (2006). *David Harvey : a critical reader*. Malden, MA ; Oxford: Blackwell Pub.
- Cavanagh, Allison (2007). *Sociology in the Age of the Internet*. Maidenhead: Open University Press & McGraw-Hill Education.
- Certeau, Michel de (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley: University of California Press.
- Chaney, David (1996). *Lifestyles*. Londres: Routledge.
- Chapple, Eliot Dismore & Carleton S. Coon (1942). *Principles of anthropology*. Nova Iorque,: H. Holt and Company.
- Chavez, Deborah J. (2004, Junho 16-19). *Social-psychology of a technology driven outdoor trend : geocaching in the USA*. Comunicação integrada em Hawaii International Conference on Sciences Honolulu,.
- Chen, Stephen (2016, 20 de Maio). *Space the final frontier for Chinese start-ups and venture capitalists*. South China Morning Post. Recuperado de: <http://www.scmp.com/news/china/article/1947369/space-final-frontier-chinese-start-ups-and-venture-capitalists>
- Chen, Yang, Chenfan Zhuang, Qiang Cao, *et al.* (2014). *Understanding Cross-site Linking in Online Social Networks*. Comunicação apresentada em Proceedings of the 8th Workshop on Social Network Mining and Analysis - SNAKDD'14, Nova Iorque, NY, USA. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/2659480.2659498>
- Cheng, Zhiyuan, James Caverlee, Kyumin Lee, *et al.* (2011). *Exploring Millions of Footprints in Location Sharing Services*. Comunicação integrada em Proceedings of the Fifth International Conference on Weblogs and Social Media, Barcelona, Spain. Recuperado de: <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2783>
- Chopra, Rohit (2003). Neoliberalism as Doxa: Bourdieu's Theory of the State and the Contemporary Indian Discourse on Globalization and Liberalization. *Cultural Studies*, 17 (3-4), 419-444. DOI/URL:



- <https://doi.org/10.1080/0950238032000083881>
- Christensen, Miyase & André Jansson (2008). Fields, Territories, and Bridges. Networked Communities and Mediated Surveillance in Transnational Social Space. In Fuchs (Ed.), *Internet and society : social theory in the information age* (pp. x, 398 p.). Nova Iorque, NY ; Londres: Routledge.
- Christensen, Miyase & André Jansson (2014). Complicit surveillance, interveillance, and the question of cosmopolitanism: Toward a phenomenological understanding of mediatization. *New Media & Society*, 17 (9), 1473-1491. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1461444814528678>
- Christensen, Miyase & André Jansson (2015). *Cosmopolitanism and the media : cartographies of change*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Chung, Jaewoo, Matt Donahoe, Chris Schmandt, *et al.* (2011). Indoor location sensing using geo-magnetism. Comunicação apresentada em Proceedings of the 9th international conference on Mobile systems, applications, and services - MobiSys '11, Bethesda, Maryland, USA. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/1999995.2000010>
- Clark, Burton R. (2004). The Organizational Foundations of University Capability. Differentiation and Competition in the Academic Sector of Society. In Alexander, Marx & Williams (Ed.s), *Self, social structure, and beliefs : explorations in sociology* (pp. 168-187). Berkeley, Calif. ; Londres: University of California Press.
- Clark, Roger N. & George H. Stankey (1979). *The Recreation Opportunity Spectrum: A Framework for Planning, Management and Research*. Pacific Northwest Forest and Range Experiment Station: U.S. Department of Agriculture Forest Service. Recuperado de: [https://www.fs.fed.us/cdt/carrying\\_capacity/gtr098.pdf](https://www.fs.fed.us/cdt/carrying_capacity/gtr098.pdf)
- Clifford, James (1997). *Routes : travel and translation in the late twentieth century*. Cambridge, Mass. ; Londres: Harvard University Press.
- Cline, Ray S. (1994). *The power of nations in the 1990s : a strategic assessment*. Lanham, MD; Washington, DC: University Press of America ; United States Global Strategy Council.
- Cockburn, Cynthia (1992). The circuit of technology: gender, identity and power. In Silverstone & Hirsch (Ed.s), *Consuming technologies : media and information in domestic spaces* (pp. 18-25). Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Cohen-Gewerc, Elie & Robert A. Stebbins (2013). *Serious leisure and individuality*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Cohen, Anthony P. (1985). *The symbolic construction of community*. Chichester; Londres: Ellis Horwood ; Tavistock.
- Cohen, Julie E. (2012). *Configuring the networked self : law, code, and the play of everyday practice*. New Haven Conn.: Yale University Press.
- Coleman, James S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95-S120. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/2780243>
- Collins, Randall (2008). *Violence : a micro-sociological theory*. Princeton: Princeton University Press.
- Confederation, Global Mobile Game (2015). *Global Mobile Game Confederation White Book 2015*. Recuperado de: [http://2015.gmgc.info/ENG\\_GMGC\\_Newzoo\\_Global\\_Mobile\\_Games\\_Market\\_Whitepaper\\_Final.pdf](http://2015.gmgc.info/ENG_GMGC_Newzoo_Global_Mobile_Games_Market_Whitepaper_Final.pdf)
- Connerton, Paul (1989). *How societies remember*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Connor, Steven (2004). *The Cambridge companion to postmodernism*. Cambridge: Cambridge University Press.,
- Consalvo, Mia & Charles Ess (2011). *The handbook of internet studies*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Cook, K. S. & J. M. Whitmeyer (1992). Two Approaches to Social Structure: Exchange Theory and Network Analysis. *Annual Review of Sociology*, 18, 109-127. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/2083448>
- Cooley, Charles Horton (1956). *Two major works of C. H. Cooley : Social organization ; Human nature and the social order* (Rev. ed.). Glencoe, Ill.: Free Press.
- Correia, António José Teixeira (2011). *Evolução da geodesia e sua importância no meio militar*. Mestrado em ciências militares – especialidade de artilharia, Academia Militar, Lisboa. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10400.26/7222>
- Corrigan, Peter (1997). *The sociology of consumption : an introduction*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- Costa, Miguel (2012). *A importância do Rio Quanza na economia Angolana do século XIX*. Recuperado de: <https://www.cgd.pt/Institucional/Patrimonio-Historico-CGD/Estudos/Documents/Economia-Angolano-Sec-XIX-Rio-Quanza.pdf>
- Côté, James E. (1996). Sociological perspectives on identity formation: the culture–identity link and identity capital. *Journal of Adolescence*, 19 (5), 417-428. DOI/URL: <https://doi.org/10.1006/jado.1996.0040>
- Couldry, Nick (2000a). *Inside culture : re-imagining the method of cultural studies*. Londres: SAGE Publications.
- Couldry, Nick (2000b). *The place of media power : pilgrims and witnesses of the media age*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.

- Couldry, Nick (2003a). *Media rituals : a critical approach*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Couldry, Nick (2003b). *Media, Symbolic Power and the Limits of Bourdieu's Field Theory*. MEDIA@LSE Electronic Working Papers, (2). Recuperado de: <http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/mediaWorkingPapers/archive/ewpNumber2.aspx>
- Couldry, Nick (2004). *Media meta-capital: Extending the range of Bourdieu's Field theory*. In Swartz & Zolberg (Eds.), *After Bourdieu : influence, critique, elaboration* (pp. 165-189). Dordrecht: Kluwer.
- Couldry, Nick (2008). *Reality TV, or The Secret Theater of Neoliberalism*. *Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, 30 (1), 3-13. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/10714410701821255>
- Couldry, Nick (2010a). *Theorising media and practice*. In Bräuchler & Postill (Ed.s), *Theorising media and practice* (pp. 35-54). Nova Iorque: Berghahn Books.
- Couldry, Nick (2010b). *Why voice matters : culture and politics after neoliberalism*. Londres: SAGE.
- Couldry, Nick (2012). *Media, society, world : social theory and digital media practice*. Cambridge: Polity.
- Couldry, Nick (2016). *Social Construction of Reality - Really!* Conferência proferida no Banja Luka College of Communications Recuperado de: <https://youtu.be/1Rq3M4DzaZo>
- Couldry, Nick & James Curran (2003). *Contesting media power : alternative media in a networked world*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield.
- Couldry, Nick & Andreas Hepp (2016). *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press.
- Couldry, Nick, Sonia M. Livingstone & Tim Markham (2007). *Media consumption and public engagement : beyond the presumption of attention*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Couldry, Nick & Anna McCarthy (2004). *MediaSpace : place, scale, and culture in a media age*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Cowan, James (1996). *A mapmaker's dream : the meditations of Fra Mauro, cartographer to the court of Venice* (1ª ed.). Boston, Ma.: Shambhala.
- Coyne, Richard (2010). *The tuning of place : sociable spaces and pervasive digital media*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Crabtree, Andy & Tom Rodden (2007). *Hybrid ecologies: understanding cooperative interaction in emerging physical-digital environments*. *Personal and Ubiquitous Computing*, 12 (7), 481-493. DOI/URL: <https://doi.org/10.1007/s00779-007-0142-7>
- Crampton, Jeremy W. (2003). *Cartographic Rationality and the Politics of Geosurveillance and Security*. *Cartography and Geographic Information Science*, 30 (2), 135-148. DOI/URL: <https://doi.org/10.1559/152304003100011108>
- Crampton, Jeremy W. & Stuart Elden (2007). *Space, knowledge and power : Foucault and geography*. Aldershot, England ; Burlington, VT: Ashgate.
- Cranshaw, Justin, Eran Toch, Jason Hong, *et al.* (2010). *Bridging the gap between physical location and online social networks*. Comunicação apresentada em Proceedings of the 12th ACM international conference on Ubiquitous computing - Ubicomp '10, Copenhagen, Denmark. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/1864349.1864380>
- Crary, Jonathan (1990). *Techniques of the observer : on vision and modernity in the nineteenth century*. Cambridge, Mass. ; Londres: MIT Press.
- Crary, Jonathan (2001). *Suspensions of perception : attention, spectacle, and modern culture* (Paperpack ed.). Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Creeber, Glen & Royston Martin (2009). *Digital cultures*. Maidenhead: McGraw-Hill Open University Press.
- Cresswell, Tim (2004). *Place : a short introduction*. Malden, MA: Blackwell Pub.
- Cresswell, Tim (2006). *On the move : mobility in the modern Western world*. Nova Iorque: Routledge.
- Cresswell, Tim (2010). *Mobilities I: Catching up*. *Progress in Human Geography*, 35 (4), 550-558. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0309132510383348>
- Cresswell, Tim & Peter Merriman (2011). *Geographies of mobilities : practices, spaces, subjects*. Farnham, Surrey ; Burlington, VT: Ashgate.
- Critcher, C., Peter Bramham & Alan Tomlinson (1995). *Sociology of leisure : a reader*. Londres: E. & F.N. Spon.
- Cross, Gary S. (1990). *A social history of leisure since 1600*. State College, PA: Venture Pub.
- Cross, Gary S. (1993). *Time and money : the making of consumer culture*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Cross, Gary S. (2000). *An all-consuming century : why commercialism won in modern America*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Cross, Gary S. (2004a). *The cute and the cool : wondrous innocence and modern American children's culture*. Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Cross, Gary S. (2004b). *Encyclopedia of recreation and leisure in America*. Farmington Hills, MI: Charles Scribner's Sons.
- Cross, Gary S. (2008). *Men to boys : the making of modern immaturity*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Cross, Gary S. (2015). *Consumed nostalgia : memory in the age of fast capitalism*. Nova Iorque: Columbia University Press.

- Cross, Gary S. & Robert Proctor (2014). *Packaged pleasures : how technology & marketing revolutionized desire*. Cross, Gary S. & Rick Szostak (2005). *Technology and American society : a history* (2<sup>a</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Cross, Gary S. & John K. Walton (2005). *The playful crowd : pleasure places in the twentieth century*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Crouch, David, Rhona Jackson & Felix Thompson (2005). *The media and the tourist imagination : converging cultures* (1<sup>a</sup> ed.). Londres ; Nova Iorque, NY: Routledge.
- Csikszentmihalyi, Mihaly (1975). *Beyond boredom and anxiety* (1<sup>a</sup> ed.). São Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Dalton, Wesley (2014). "Reflected Spaces: "Heterotopia" and the Creation of Space in William Gibson's *Neuromancer*. *Iowa Journal of Cultural Studies* (15). Recuperado de: <http://ir.uiowa.edu/ijcs/vol15/iss1/4>
- Danet, Brenda (2001). *Cyberpl@y : communicating online*. Oxford ; Nova Iorque, NY: Berg.
- Daniel, Michael (2014). *Heartbleed: Understanding When We Disclose Cyber Vulnerabilities*, Recuperado de: <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2014/04/28/heartbleed-understanding-when-we-disclose-cyber-vulnerabilities>
- Dann, Graham & Giuli Liebman Parrinello (2009). *The sociology of tourism : European origins and development*. Bingley: Emerald.
- Darity, William A. (2008). *International encyclopedia of the social sciences* (2<sup>a</sup> ed.). Detroit: Macmillan Reference USA.
- Davidson, Lee & Robert A. Stebbins (2011). *Serious leisure and nature : sustainable consumption in the outdoors*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire ; Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- de Rosnay, Joel (2006). *La révolte du pronétariat - des mass média aux média de masses*. Paris: Librairie Fayard. Recuperado de: <http://www.pronetariat.com/>
- Dean, Jodi (2002). *Publicity's secret : how technoculture capitalizes on democracy*. Ithaca: Cornell University Press.
- Dean, Jodi (2009). *Democracy and other neoliberal fantasies : communicative capitalism and left politics*. Durham: Duke University Press.
- Debord, Guy (2006). *The society of the spectacle* (9<sup>a</sup> ed.). Nova Iorque: Zone Books.
- Debrebant, Serge (2015, 15 de Maio). *We The Heirs: What Money Does To People*. Book Review. Newsweek, pp. 62-63.
- Dehaene, Michiel & Lieven de Cauter (2008). *Heterotopia and the city : public space in a postcivil society*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- DeLamater, John & Amanda Ward (2013). *Handbook of social psychology* (2<sup>a</sup> ed.). Dordrecht etc.: Springer.
- DeLanda, Manuel (2005). *Space: Extensive and Intensive, Actual and Virtual*. In Buchanan & Lambert (Ed.s), *Deleuze and space* (pp. 80-88). Toronto ; Buffalo: University of Toronto Press.
- Delanty, Gerard (2003). *Community*. Londres: Routledge.
- Delanty, Gerard & Patrick J. O'Mahony (2002). *Nationalism and social theory : modernity and the recalcitrance of the nation*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Deleuze, Gilles & Félix Guattari (2000). *Anti-Oedipus : capitalism and schizophrenia*. Londres: Continuum.
- Denicola, Lane (2006). *The Bundling of Geospatial Information with Everyday Experience*. In Monahan (Ed.), *Surveillance and security : technological politics and power in everyday life* (pp. 243-264). Londres: Routledge.
- Denzin, Norman K. (1978). *The research act : a theoretical introduction to sociological methods* (2<sup>a</sup> ed.). Nova Iorque: McGraw-Hill.
- Denzin, Norman K. & Yvonna S. Lincoln (2005). *The SAGE handbook of qualitative research* (3<sup>a</sup> ed.). Thousand Oaks, Calif. ; Londres: SAGE.
- Derrida, Jacques (1981). *Dissemination* (Johnson, Trad.). Londres: Athlone Press.
- Derrida, Jacques (1996). *Archive fever : a Freudian impression*. Chicago ; Londres: University of Chicago Press.
- Dickens, Peter & James S. Ormrod (2010). *Globalization of space. From the global to the galactic*. In Turner (Ed.), *The Routledge international handbook of globalization studies* (pp. 531-553). Abingdon: Routledge.
- Diffalah, Sarah (2015). *Et Michel Maffesoli voulut réinventer la sociologie... seul contre tous*. *Nouvelle Observateur*. Recuperado de: <http://tempsreel.nouvelobs.com/societe/20150318.OBS4920/et-michel-maffesoli-voulu-reinventer-la-sociologie-seul-contre-tous.html>
- Dijck, José van (2007). *Mediated memories in the digital age*. Stanford, Calif.: Stanford University Press.
- Dijck, José van (2013). *The culture of connectivity : a critical history of social media*. Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Dijck, José van & David Nieborg (2009). *Wikinomics and its discontents: a critical analysis of Web 2.0 business manifestos*. *New Media & Society*, 11 (5), 855-874. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1461444809105356>
- Dodds, Klaus (2005). *Global geopolitics : a critical introduction*. Harlow, England ; Nova Iorque: Pearson Prentice Hall.

- Dodds, Klaus & David Atkinson (2000). *Geopolitical traditions : a century of geopolitical thought*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Dodge, Martin & Rob Kitchin (2001). *Mapping cyberspace*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Doel, Marcus A. (1999). *Poststructuralist geographies : the diabolical art of spatial science*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Donert, Karl (Ed.) (2010). *Using GeoInformation in European Geography education* Roma: HERODOT project. Recuperado de: [https://www.academia.edu/206168/Donert\\_K\\_Ed.\\_2010\\_Using\\_Geoinformation\\_in\\_European\\_Geography\\_education\\_Vol.\\_IX\\_International\\_Geographic\\_Union-Home\\_of\\_Geography\\_Rome\\_145pp](https://www.academia.edu/206168/Donert_K_Ed._2010_Using_Geoinformation_in_European_Geography_education_Vol._IX_International_Geographic_Union-Home_of_Geography_Rome_145pp)
- Douglas, Mary & Baron C. Isherwood (2003). *The world of goods : towards an anthropology of consumption*. Londres: Routledge.
- Dourish, Paul (2006). Re-space-ing place: "place" and "space" ten years on. *Comunicação integrada em Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work*, Banff, Alberta, Canada. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/1180875.1180921>
- Dourish, Paul & Genevieve Bell (2011). *Divining a digital future : mess and mythology in ubiquitous computing*. Cambridge, Mass. ; Londres: MIT Press.
- Downes, Stephen (2005). *An Introduction to Connective Knowledge*. Recuperado de: <http://www.downes.ca/cgi-bin/page.cgi?post=33034>
- Downey, John (2008). Recognition and the renewal of ideology critique. In Hesmondhalgh & Toynbee (Ed.s), *The media and social theory* (pp. 59-74). Nova Iorque: Routledge.
- Downing, F. (2003). Transcending memory: remembrance and the design of place. *Design Studies*, 24 (3), 213-235. DOI/URL: [https://doi.org/10.1016/s0142-694x\(02\)00053-4](https://doi.org/10.1016/s0142-694x(02)00053-4)
- Dreyfus, Hubert L. & Mark A. Wrathall (2005). *A companion to Heidegger*. Malden, MA: Blackwell Pub.
- Dreyfus, Hubert L. & Mark A. Wrathall (2006). *A companion to phenomenology and existentialism*. Malden, MA ; Oxford: Blackwell.
- Dumova, Tatyana & Richard Fiordo (2010). *Handbook of research on social interaction technologies and collaboration software : concepts and trends*. Hershey, PA: Information Science Reference.
- Dunk, Frans G. von der & Fabio Tronchetti (2015). *Handbook of space law*. Cheltenham, England: Edward Elgar Publishing.
- Dunlap, Matthew A., Anthony Hoi Tin Tang & Saul Greenberg (2015). Applying geocaching principles to site-based citizen science and eliciting reactions via a technology probe. *Personal and Ubiquitous Computing*, 19 (5-6), 897-913. DOI/URL: <https://doi.org/10.1007/s00779-015-0837-0>
- Dunn, Robert G. (2008). *Identifying consumption : subjects and objects in consumer society*. Philadelphia: Temple University Press.
- Dunning, Eric (1999). *Sport matters : sociological studies of sport, violence and civilisation*. Londres: Routledge.
- Durkheim, Émile (2002). *De la division du travail social* (Université du Québec à Chicoutimi ed.): Edição eletrónica baseado na 8ª edição Presses Universitaires de France, Paris, 1968. DOI/URL: <https://doi.org/10.1522/cla.due.del1>
- Dyer, Mike (2004). *The essential guide to geocaching : tracking treasure with your GPS*. Golden, Colo.: Fulcrum Pub.
- Eagleton, Terry (1993). *A Ideologia da Estética*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Easley, David & Jon Kleinberg (2010). *Networks, crowds, and markets : reasoning about a highly connected world*. Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Eco, Umberto (1995). *Faith in fakes : travels in hyperreality*. Londres: Minerva.
- Economist, The (2016, 16-22 Julho). *Courting trouble. An international tribunal delivers a blow to China's claims in the South China Sea*. *The Economist*, 420 (8998), 25-26.
- Edgerton, David (2006). *The shock of the old : technology and global history since 1900*. Londres: Profile.
- Edwards, P. K. & Judy Wajcman (2005). *The politics of working life*. Oxford: Oxford University Press.
- Ek, Richard (2006). *Media Studies, Geographical Imaginations and Relational Space*. In Falkheimer & Jansson (Ed.s), *Geographies of communication : the spatial turn in media studies* (pp. 43-64). Gotemburgo: Nordicom.
- Elden, Stuart (2004). *Understanding Henri Lefebvre : theory and the possible*. Londres ; Nova Iorque: Continuum.
- Elder-Vass, Dave (2010). *The causal power of social structures : emergence, structure and agency*. Cambridge ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Elder-Vass, Dave (2012a). *The reality of social construction*. Cambridge ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Elder-Vass, Dave (2012b). *Towards a realist social constructionism*. *Sociologia, Problemas e Práticas*, (70). Recuperado de: <http://spp.revues.org/1041>
- Eldridge, J. E. T. & Lizzie Eldridge (1994). *Raymond Williams : making connections*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.

- Eliade, Mircea (1992). *O Sagrado e o Profano*. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora.
- Elias, Herlander (2012a). *Post-Web. The Continuous Geography of Digital Media*. Lisboa: Media XXI/Formalpress.
- Elias, Norbert (1994). *The civilizing process*. Oxford: Blackwell.
- Elias, Norbert (2008). *Introdução à Sociologia (3ª ed.)*. Lisboa: Edições 70.
- Elias, Norbert (2012b). *What is sociology?* Dublin: University College Dublin Press.
- Elias, Norbert & Eric Dunning (1992). *A Busca da Excitação*. Lisboa: Difel.
- Ellison, Nicole (2013). *Sociality through Social Network Sites*. In Dutton (Ed.), *The Oxford handbook of Internet studies (1ª ed., pp. xx, 607 p.)*. Oxford: Oxford University Press.
- Elwood, Sarah (2006). *Critical Issues in Participatory GIS: Deconstructions, Reconstructions, and New Research Directions*. *T. GIS, 10 (5)*, 693-708. Recuperado de: <http://dblp.uni-trier.de/db/journals/tgis/tgis10.html#Elwood06>
- Elwood, Sarah (2009). *Geographic information science: emerging research on the societal implications of the geospatial web*. *Progress in Human Geography, 34 (3)*, 349-357. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0309132509340711>
- Emmison, Michael (2003). *Social Class and Cultural Mobility*. *Journal of Sociology, 39 (3)*, 211-230. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/00048690030393001>
- Erickson, Ingrid (2010). *Geography and Community: New Forms of Interaction Among People and Places*. *American Behavioral Scientist, 53 (8)*, 1194-1207. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0002764209356250>
- Ess, Charles (Ed.) (2002). *Ethical decision-making and Internet research: Association of Internet Researchers*. Recuperado de: <http://aoir.org/reports/ethics.pdf>
- Etzioni, Amitai (1995). *New communitarian thinking : persons, virtues, institutions, and communities*. Charlottesville: University Press of Virginia.
- Evans, Leighton (2011). *Location-based services: transformation of the experience of space*. *Journal of Location Based Services, 5 (3-4)*, 242-260. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/17489725.2011.637968>
- Evans, Leighton (2015). *Locative social media : place in the digital age*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Eyerman, Ron & Orvar Löfgren (1995). *Romancing the Road: Road Movies and Images of Mobility*. *Theory, Culture & Society, 12 (1)*, 53-79. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/026327695012001003>
- Falkheimer, Jesper & André Jansson (2006). *Geographies of communication : the spatial turn in media studies*. Gotemburgo: Nordicom.
- Falzon, Christopher, Timothy O'Leary & Jana Sawicki (2013). *A companion to Foucault*. Malden Mass.: Wiley-Blackwell.
- Farman, Jason (2009). *Locative Life: Geocaching, Mobile Gaming, and Embodiment*. *Leonardo, 6-6*. Recuperado de: <http://www.escholarship.org/uc/temporary?bpid=1121643>
- Farman, Jason (2012). *Mobile interface theory : embodied space and locative media*. Nova Iorque: Routledge. Recuperado de: <http://mobileinterfacetheory.com>
- Farman, Jason (2014). *The mobile story : narrative practices with locative technologies*. Nova Iorque: Routledge.
- Fay, Michaela (2007). *Mobile Subjects, Mobile Methods: Doing Virtual Ethnography in a Feminist Online Network (Vol. 8)*. Recuperado de: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/278/611>
- Featherstone, Mike (2007). *Consumer culture and postmodernism (2ª ed.)*. Los Angeles, Calif. ; Londres: SAGE.
- Featherstone, Mike, Scott Lash & Roland Robertson (1995). *Global modernities*. Londres: SAGE.
- Feenberg, Andrew (1999). *Questioning technology*. Londres: Routledge.
- Feenberg, Andrew (2002). *Transforming technology : a critical theory revisited*. Nova Iorque, N.Y.: Oxford University Press.
- Feenberg, Andrew (2005). *Heidegger and Marcuse : the catastrophe and redemption of history*. Nova Iorque, NY ; Londres: Routledge.
- Feenberg, Andrew (2010). *Between reason and experience : essays in technology and modernity*. Cambridge, Mass. ; Londres: MIT Press.
- Feifer, Maxine (1985). *Going places : the ways of the tourist from Imperial Rome to the present day*. Londres: Macmillan.
- Feifer, Maxine (1986). *Tourism in history : from Imperial Rome to the present*. Nova Iorque: Stein and Day.
- Femia, Joseph V. & Alasdair J. Marshall (2012). *Vilfredo Pareto : beyond disciplinary boundaries*. Farnham; Burlington, VT: Ashgate.
- Fenech, Elliot P., Frank A. Drews & Jonathan Z. Bakdash (2010). *The Effects of Acoustic Turn-by-turn Navigation on Wayfinding*. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting, 54 (23)*, 1926-1930. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/154193121005402305>
- Fernandes, João Luís Jesus (2013a). *Geocaching e marketing territorial: reflexão a propósito de um evento na*

- Serra da Estrela. *Cadernos de Geografia* (32). Recuperado de: <https://digitalis.uc.pt/handle/10316.2/30186>
- Fernandes, João Luís Jesus (2013b). Geocaching, novas práticas espaciais e potencial modelação da imagem dos lugares. *Revista Espaço & Geografia*, 16 (1), 279-305. Recuperado de: <http://www.lsie.unb.br/espacoegeografia/index.php/espacoegeografia/article/view/203>
- Fernandes, João Luís Jesus (2013c). Tecnologia, georreferenciação e novas territorialidades : o caso do geocaching. *Cadernos de Geografia* (Vol. 2011/12, pp. 171-180). Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10316/23635>
- Fernback, Jan (2007). Beyond the diluted community concept: a symbolic interactionist perspective on online social relations. *New Media & Society*, 9 (1), 49-69. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1461444807072417>
- Fesenmaier, Daniel R., Ulrike Gretzel, Yeong-Hyeon Hwang, *et al.* (2004). Travel and Tourism. In Bidgoli (Ed.), *The Internet encyclopedia* (Vol. 2, pp. 459-468). Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons.
- Field, John (2008). *Social capital* (2ª ed.). Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Figueira, Mário & Raul Denominato (2003). *Guia para a Concepção de Conteúdos de e-Learning*. Lisboa: Instituto para a Inovação na Formação.
- Fisher, Eran (2010). *Media and new capitalism in the digital age : the spirit of networks* (1ª ed.). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Fisher, Walter R. (1987). *Human communication as narration : toward a philosophy of reason, value, and action*. Columbia, S.C.: University of South Carolina Press.
- Flick, Uwe (2009). *An introduction to qualitative research* (4ª ed.). Los Angeles :: SAGE Publications.
- Force, Pierre (2003). *Self-interest before Adam Smith : a genealogy of economic science*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fortunati, Leopoldina (2002). The mobile phone: Towards new categories and social relations1. *Information, Communication & Society*, 5 (4), 513-528. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/13691180208538803>
- Foucault, Michel (1966). *Les mots et les choses: une archéologie des sciences humaines*. Paris: Gallimard.
- Foucault, Michel (1975). *Surveiller et Punir*. Paris: Gallimard.
- Foucault, Michel (2008). *The birth of biopolitics : lectures at the Collège de France, 1978-79*. Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Foucault, Michel, Luther H. Martin, Huck Gutman, *et al.* (1988). *Technologies of the self : a seminar with Michel Foucault*. Amherst: University of Massachusetts Press. Recuperado de: <http://foucault.info/documents/foucault.technologiesOfSelf.en.html>
- Foucault, Michel, Paul Rabinow & James D. Faubion (1997). *The essential works of Foucault, 1954-1984*. Nova Iorque: New Press.
- Francis, D. W. & Stephen Hester (2004). *An invitation to ethnomethodology : language, society, and social interaction*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- Fraser, M. (2014). *Weapons of Mass Distraction: Soft Power and American Empire*. St. Martin's Press.
- Freud, Sigmund & James Strachey (1961). *Beyond the pleasure principle* (Rev. ed.). Nova Iorque: Liveright Pub. Corp.
- Freyre, Gilberto (2003). *Casa Grande & Senzala*. (48ª ed.). Recife: Global Editora.
- Friedman, Thomas L. (2007). *The world is flat : a brief history of the twenty-first century* (Rev. paperback ed.). Nova Iorque, NY: Picador.
- Friedrichs, Julia (2015). *Wir Erben: Was Geld mit Menschen macht*. Berlin: Verlag.
- Frisby, David (1992). *Simmel and since : essays on Georg Simmel's social theory*. Londres: Routledge.
- Frisby, David (2002). *Georg Simmel* (2ª ed.). Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Frissen, Valerie (2015). *Playful identities : the ludification of digital media cultures*. Amsterdão: Amsterdam University Press.
- Frith, Jordan (2013). Turning life into a game: Foursquare, gamification, and personal mobility. *Mobile Media & Communication*, 1 (2), 248-262. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/2050157912474811>
- Frith, Jordan (2015). *Smartphones as locative media*. Cambridge, UK Malden, MA: Polity.
- Frith, Jordan & Jason Kalin (2015). Here, I Used to Be. *Space and Culture*, 19 (1), 43-55. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1206331215595730>
- Fuchs, Christian (2008). *Internet and society : social theory in the information age*. Nova Iorque, NY ; Londres: Routledge.
- Fuchs, Christian (2012). *Internet and surveillance : the challenges of Web 2.0 and social media*. Londres: Routledge.
- Fuchs, Christian & Vincent Mosco (2015). *Marx and the Political Economy of the Media*. Leiden ; Boston: Brill.
- Fuchs, Christian & Vincent Mosco (2016). *Marx in the age of digital capitalism*. Leiden ; Boston: Brill.
- Fukuyama, Francis (1992). *The end of history and the last man*. Londres: Hamish Hamilton.
- Fuller, Steve (2006). *The new sociological imagination*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE.

- Furht, Borko (2010). *Handbook of Social Network Technologies and Applications*: Springer-Verlag New York, Inc.
- Gabriel, Yiannis (2004). *The Glass Cage. Flexible Work, Fragmented Consumption, Fragile Selves*. In Alexander, Marx & Williams (Ed.s), *Self, social structure, and beliefs : explorations in sociology* (pp. 57-76). Berkeley: University of California Press.
- Gackenbach, Jayne (2007). *Psychology and the internet : intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications* (2ª ed.). Amesterdão ; Boston: Elsevier/Academic Press.
- Gallagher, Shaun (2011). *The Oxford handbook of the self*. Oxford: Oxford University Press.
- Gane, Mike (2006). *Auguste Comte*. Londres: Routledge.
- Gane, Nicholas & David Beer (2008). *New media*. Oxford ; Nova Iorque: Berg.
- Garde-Hansen, Joanne (2011). *Media and memory*. Edimburgo: Edinburgh University.
- Garde-Hansen, Joanne, Andrew Hoskins & Anna Reading (2009). *Save as -- digital memories*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Gardiner, Michael (2000). *Critiques of everyday life*. Londres: Routledge.
- Garfinkel, Harold (1967). *Studies in ethnomethodology*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Garfinkel, Harold (1986). *Ethnomethodological studies of work*. Londres ; Nova Iorque: Routledge & K. Paul.
- Garnham, Nicholas (2000). *Information Society as Theory or Ideology: A critical perspective in technology, education and employment in the information age*. *Information, Communication & Society*, 3 (2), 139 - 152. Recuperado de: <http://www.informaworld.com/10.1080/13691180050123677>
- Gaudiosi, John (2015, 15 de Janeiro). *Mobile game revenues set to overtake console games in 2015*. *Fortune*. Recuperado de: <http://fortune.com/2015/01/15/mobile-console-game-revenues-2015/>
- Gazzard, Alison (2011). *Location, location, location: Collecting space and place in mobile media*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17 (4), 405-417. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1354856511414344>
- Gellman, Barton & Ashkan Soltani (2013, 4 de Dezembro). *NSA tracking cellphone locations worldwide, Snowden documents show*. *Washington Post*. Recuperado de: [https://www.washingtonpost.com/world/national-security/nsa-tracking-cellphone-locations-worldwide-snowden-documents-show/2013/12/04/5492873a-5cf2-11e3-bc56-c6ca94801fac\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/world/national-security/nsa-tracking-cellphone-locations-worldwide-snowden-documents-show/2013/12/04/5492873a-5cf2-11e3-bc56-c6ca94801fac_story.html)
- Genocchio, Benjamin (1995). *Discourse, Discontinuity, Difference: The Question of 'Other' Spaces*. In Watson & Gibson (Ed.s), *Postmodern Cities and Spaces*. Oxford: Blackwell. Recuperado de: <http://journal.media-culture.org.au/9811/hetero.php>
- Gibson, James (1977). *The Theory of Affordances*. In Shaw & Bransford (Ed.s), *Perceiving, acting, and knowing : toward an ecological psychology*. Hillsdale, N.J.; Nova Iorque: Lawrence Erlbaum Associates.
- Giddens, Anthony (1984). *The constitution of society : outline of the theory of structuration*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, Anthony (1990). *The consequences of modernity*. Stanford, Calif.: Stanford University Press.
- Giddens, Anthony (1991). *As Conseqüências da Modernidade*. São Paulo: Editora UNESP da Fundação para o Desenvolvimento da Universidade Estadual Paulista.
- Giddens, Anthony (1996). *Novas Regras do Método Sociológico*. Lisboa: Gradiva.
- Giddens, Anthony (2001). *Modernidade e identidade pessoal* (2ª ed.). Oeiras: Celta.
- Gilroy, Paul (1993). *The black Atlantic : modernity and double consciousness*. Londres: Verso.
- Gitelman, Lisa & Geoffrey B. Pingree (2003). *New media, 1740-1915*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Giulianotti, Richard (2004). *Sport and modern social theorists*. Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Giulianotti, Richard (2016). *Sport : a critical sociology* (2ª ed.). Cambridge: Polity.
- Given, Lisa M. (Ed.) (2008). *The Sage encyclopedia of qualitative research methods* Los Angeles, Calif.: SAGE Publications.
- Goertzel, Ben (2007). *World Wide Brain: Self-Organizing Internet Intelligence as the Actualization of the Collective Unconscious*. In Gackenbach (Ed.), *Psychology and the internet : intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications* (2ª ed., pp. 309-335). Amesterdão ; Boston: Elsevier/Academic Press.
- Goffman, Erving (1951). *Symbols of Class Status*. *The British Journal of Sociology*, 2 (4), 294-304. Recuperado de: <http://www.jstor.org/discover/10.2307/588083?uid=3738880>
- Goffman, Erving (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, N.Y.: Doubleday.
- Goffman, Erving (1967). *Interaction ritual; essays on face-to-face behavior* (1ª ed.). Garden City, N.Y.: Anchor Books.
- Goffman, Erving (2002). *A Representação do Eu na Vida Quotidiana* (10ª ed.). Petrópolis: Editora Vozes.
- Goggin, Gerard (2013). *Changing Media with Mobiles*. In Hartley, Burgess & Bruns (Ed.s), *A companion to new media dynamics* (pp. 193-208). Chichester: Wiley-Blackwell.
- Goggin, Gerard & Larissa Hjorth (2013). *The Routledge companion to mobile media*. Londres: Routledge.
- Golding, Peter & Graham Murdock (1997). *The political economy of the media*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Goleman, Daniel (2006). *Inteligência Social. A nova ciência do relacionamento humano*. Lisboa: Temas e Debates.

- Gomes, Bruno (2013, Fevereiro). À Conversa com Rui Ribeiro, o primeiro geocacher português. *GeoMagazine* (1), 16-20. Recuperado de: <http://geomag.pt/portfolio/edicao-1-geomagazine/>
- Goodchild, Michael F. & Donald G. Janelle (2004). *Spatially integrated social science*. Oxford: Oxford University Press.
- Goonewardena, Kanishka, Stefan Kipfer, Richard Milgrom, *et al.* (2008). *Space, difference, everyday life : reading Henri Lefebvre*. Nova Iorque: Routledge.
- Gordon, Eric & Adriana de Souza e Silva (2011). *Net locality : why location matters in a networked world*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Gosling, Sam & John A. Johnson (2010). *Advanced methods for conducting online behavioral research* (1ª ed.). Washington, D.C.: American Psychological Association.
- Gournay, Chantal de & Zbigniew Smoreda (2003). *Communication Technology and Sociability: Between Local Ties and "Global Ghetto"?* In Katz (Ed.), *Machines that become us : the social context of personal communication technology* (pp. 57-50). New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers.
- Graeber, David (2011). *Debt : the first 5,000 years*. Brooklyn, N.Y.: Melville House.
- Graham, Philip (2000). *Hypercapitalism*. *New Media & Society*, 2 (2), 131-156. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/14614440022225742>
- Graham, Philip (2002). *Hypercapitalism: language, new media and social perceptions of value*. *Discourse & Society*, 13 (2), 227-249. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0957926502013002408>
- Graham, Philip (2006). *Hypercapitalism : new media, language, and social perceptions of value*. Nova Iorque: Peter Lang.
- Graham, Stephen (1998). *The end of geography or the explosion of place? Conceptualizing space, place and information technology*. *Progress in Human Geography*, 22 (2), 165-185. DOI/URL: <https://doi.org/10.1191/030913298671334137>
- Gramsci, Antonio (1971). *Selections from the prison notebooks of Antonio Gramsci*. Londres,: Lawrence & Wishart.
- Granovetter, Mark (1973). *The Strength of Weak Ties*. *The American Journal of Sociology*, 78 (6), 1360-1380. Recuperado de: [http://links.jstor.org/sici?sici=0002-9602\(197305\)78:6%253C1360:TSOWT%253E2.0.CO;2-E](http://links.jstor.org/sici?sici=0002-9602(197305)78:6%253C1360:TSOWT%253E2.0.CO;2-E)
- Granovetter, Mark (1983). *The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited*. *Sociological Theory*, 1, 201-233. DOI/URL: <https://doi.org/10.2307/202051>
- Granovetter, Mark (2003). *Social science. Ignorance, knowledge, and outcomes in a small world*. *Science*, 301 (5634), 773-774. DOI/URL: <https://doi.org/10.1126/science.1088508>
- Green, Lelia (2001). *Technoculture: From alphabet to cybersex*: Allen & Unwin.
- Green, Lelia (2002). *Communication, technology and society*. Londres: SAGE.
- Green, Lelia (2010). *The internet : an introduction to new media*. Oxford: Berg.
- Greenfield, Adam (2006). *Everyware : the dawning age of ubiquitous computing*. Berkeley, CA: New Riders.
- Greenwald, Glenn (2014). *No place to hide : Edward Snowden, the NSA, and the surveillance state*. Londres, England: Hamish Hamilton, an imprint of Penguin Books.
- Gregory, Derek (1994). *Geographical imaginations*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Gregory, Derek (2009). *The dictionary of human geography* (5ª ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Grenfell, Michael (2004). *Pierre Bourdieu : agent provocateur*. Londres: Continuum.
- Grenfell, Michael (2010). *Working with habitus and field*. In Silva & Warde (Ed.s), *Cultural analysis and Bourdieu's legacy : settling accounts and developing alternatives* (pp. 15-28). Londres; Nova Iorque: Routledge.
- Grenfell, Michael & Cheryl Hardy (2007). *Art rules : Pierre Bourdieu and the visual arts*. Oxford ; Nova Iorque: Berg.
- Grewal, David Singh (2008). *Network power : the social dynamics of globalization*. New Haven: Yale University Press.
- Griffin, Emory A. (2012). *A first look at communication theory* (8ª ed.). Nova Iorque: McGraw-Hill.
- Gronow, Jukka (1997). *The sociology of taste*. Londres: Routledge.
- Grosz, E. A. (1999). *Becomings : explorations in time, memory, and futures*. Ithaca ; Londres: Cornell University Press.
- GSA (2017). *GNSS Market Report. Issue 5*. Praga: European Global Navigation Satellite Systems Agency. Recuperado de: <https://www.gsa.europa.eu/market/market-report>
- Gumpert, Gary & Robert S. Cathcart (1986). *Inter/media : interpersonal communication in a media world* (3ª ed.). Nova Iorque: Oxford University Press.
- Günther, Hartmund (2003). *Mobilidade e affordance como cerne dos Estudos Pessoa-Ambiente*. *Estudos de Psicologia*, 8 (2), 273-280. Recuperado de: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-294X2003000200009](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-294X2003000200009)
- Gurvitch, Georges (1964). *The spectrum of social time*. Dordrecht,: D. Reidel Pub. Co.



- Haakonssen, Knud (2006). *The Cambridge companion to Adam Smith*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Habermas, Jürgen (1984). *The theory of communicative action*. Boston: Beacon Press.
- Habermas, Jürgen (1997). *Técnica e ciência como ideologia*. Lisboa: Edições 70.
- Hägerstrand, Torsten (1978). Survival and arena: on the life history of individual in relation to their geographical environment. In Carlstein, Parkes & Thrift (Ed.s), *Human activity and time geography. Timing space and spacing time* (Vol. 2). Londres: E. Arnold.
- Haider, Jutta & Olof Sundin (2009). Beyond the legacy of the Enlightenment? Online encyclopaedias as digital heterotopias. Recuperado de: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2744/2428>
- Haklay, Muki, Alex Singleton & Chris Parker (2008). Web Mapping 2.0: The Neogeography of the GeoWeb. *Geography Compass*, 2 (6), 2011-2039. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.1749-8198.2008.00167.x>
- Hall, Stuart (1973). Encoding and decoding in the television discourse : paper for the Council of Europe Colloquy on "Training in the Critical Reading of Television language". Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies/University of Birmingham.
- Hannerz, Ulf (1996). *Transnational connections : culture, people, places*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Hansen, Mark B. N. (2004). *New philosophy for new media*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Hardey, Michael (2007). The city in the age of web 2.0 a new synergistic relationship between place and people. *Information, Communication & Society*, 10 (6), 867-884. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/13691180701751072>
- Hardt, Michael & Antonio Negri (2000). *Empire*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Hargittai, Eszter (2010). Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the "Net Generation". *Sociological Inquiry*, 80 (1), 92-113. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.2009.00317.x>
- Harley, J. B., Paul Laxton, J. H. Andrews, *et al.* (2001). *The new nature of maps : essays in the history of cartography*. Baltimore, Md. ; Londres: Johns Hopkins University Press.
- Harmon, Will (1997). *Leave no trace : minimum impact outdoor recreation : the official manual of American Hiking Society*. Helena, Mont.: Falcon.
- Harris, David (2005). *Key concepts in leisure studies*. Londres: SAGE.
- Hartley, John, Jean Burgess & Axel Bruns (Ed.s) (2013). *A companion to new media dynamics*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Harvey, David (1989). *The condition of postmodernity : an enquiry into the origins of cultural change*. Oxford England ; Cambridge, Mass., USA: Blackwell.
- Harvey, David (2000). *Spaces of hope*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Harvey, David (2001a). Globalization and the spatial fix. *Geographische revue*, 2 (3), 23-31. Recuperado de: [https://publishup.uni-potsdam.de/opus4-ubp/frontdoor/deliver/index/docId/2188/file/gr2\\_01.pdf#page=23](https://publishup.uni-potsdam.de/opus4-ubp/frontdoor/deliver/index/docId/2188/file/gr2_01.pdf#page=23)
- Harvey, David (2001b). *Spaces of capital : towards a critical geography*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Harvey, David (2003). *The new imperialism*. Oxford: Oxford University Press.
- Harvey, David (2005a). *A brief history of neoliberalism*. Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Harvey, David (2005b). The Sociological and Geographical Imaginations. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 18 (3/4), 211-255. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/20059684>
- Harvey, David (2006). Space as a Keyword. In Castree & Gregory (Ed.s), *David Harvey : a critical reader* (pp. 270-293). Malden, MA ; Oxford: Blackwell Pub.
- Harvey, David (2009). *Social justice and the city* (Rev. ed.). Athens: University of Georgia Press.
- Harvey, David (2010). *A companion to Marx's Capital*. Londres: Verso.
- Hauge, Åshild Lappégard (2007). Identity and Place: A Critical Comparison of Three Identity Theories. *Architectural Science Review*, 50 (1), 44-51. DOI/URL: <https://doi.org/10.3763/asre.2007.5007>
- Haworth, John T. & Anthony James Veal (2004). *Work and leisure*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Hay, James (2012). The Invention of Air Space, Outer Space, and Cyberspace. In Parks & Schwoch (Ed.s), *Down to earth : satellite technologies, industries, and cultures* (pp. 19-41). New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press.
- Hearn, Alison (2008). Variations on the branded self. In Hesmondhalgh & Toynbee (Ed.s), *The media and social theory* (pp. 194-210). Nova Iorque: Routledge.
- Hecht, Gabrielle (2001). Technology, Politics, and National Identity in France. In Hughes, Hughes, Allen & Hecht (Ed.s), *Technologies of power : essays in honor of Thomas Parke Hughes and Agatha Chipley Hughes* (pp. 253-294). Cambridge, Mass. ; Londres: MIT Press.
- Heidegger, Martin (1967). *Being and time*. Oxford,: Blackwell. (Reimp. 1985).
- Heinemann, Gerrit & Christian Gaiser (2014). *Social, local, mobile : the future of location-based services*. Nova Iorque: Springer.
- Henwood, Flis, Sarah Plumeridge & Linda Stepulevage (2000). A tale of two cultures? Gender and inequality in computer education. In Wyatt (Ed.), *Technology and in/equality : questioning the information society*

- (pp. 111-128). Londres: Routledge.
- Hepp, Andreas (2013). *Cultures of mediatization*. Cambridge: Polity.
- Hepp, Andreas (2015). *Transcultural communication*. Chichester, West Sussex ; Malden, MA: John Wiley & Sons Ltd.
- Herzig, Rebecca (2005). *Gender and Technology*. In Pursell (Ed.), *A companion to American technology* (pp. 199-211). Malden, MA: Blackwell Pub.
- Hesmondhalgh, David (2006). Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture & Society*, 28 (2), 211-231. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0163443706061682>
- Hesmondhalgh, David & Jason Toynbee (2008). *The media and social theory*. Nova Iorque: Routledge.
- Hetherington, Kevin (1994). The contemporary significance of Schmalenbach's concept of the Bund. *The Sociological Review*, 42 (1), 1-25. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1994.tb02990.x>
- Hetherington, Kevin (1997). *The badlands of modernity : heterotopia and social ordering*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Hewitt, Elizabeth (2004). *Correspondence and American literature, 1770-1865*. Cambridge, U.K. ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Hewson, Claire (2003). *Internet research methods : a practical guide for the social and behavioural sciences*. Londres Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- Hidalgo, M. Carmen & Bernardo Hernández (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21 (3), 273-281. DOI/URL: <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0221>
- Hier, Sean P. (2005). *Contemporary sociological thought : themes and theories*. Toronto: Canadian Scholars' Press.
- Himanen, Pekka (2001). *The hacker ethic, and the spirit of the information age (1ª ed.)*. Nova Iorque: Random House.
- Hine, Christine (2000). *Virtual ethnography*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Hine, Christine (2004). Social Research Methods and the Internet: a Thematic Review. *Sociological Research Online*, 9 (2). Recuperado de: <http://www.socresonline.org.uk/9/2/hine.html>
- Hine, Christine (2005). *Virtual methods : issues in social research on the Internet*. Oxford ; Nova Iorque: Berg.
- Hine, Christine (2007). Multi-sited Ethnography as a Middle Range Methodology for Contemporary STS. *Science, Technology & Human Values*, 32 (6), 652-671. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0162243907303598>
- Hirsch, Fred (1977). *Social limits to growth*. Londres: Routledge. (Reimp. 2005).
- Hjorth, Larissa & Ingrid Richardson (2014). *Gaming in social, locative, and mobile media*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Hobbes, Thomas (1996). *Leviathan (Rev. student ed.)*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hobson, Marian (1998). *Jacques Derrida : opening lines*. Londres: Routledge.
- Hochman, Nadav & Lev Manovich (2013). *Zooming into an Instagram City: Reading the local through social media*. Recuperado de: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4711/3698>
- Hochman, Nadav & Raz Schwartz (2012). *Visualizing Instagram: Tracing Cultural Visual Rhythms*. Recuperado de: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM12/paper/view/4782>
- Hochschild, Adam (1998). *King Leopold's ghost : a story of greed, terror, and heroism in Colonial Africa*. Boston: Houghton Mifflin.
- Hogan, Bernie (2010). The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30 (6), 377-386. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0270467610385893>
- Holge-Hazelton, Bibi (2002). The Internet: A New Field for Qualitative Inquiry? *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research; Vol 3, No 2 (2002): Using Technology in the Qualitative Research Process*. Recuperado de: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/854>
- Holmes, David (2005). *Communication theory : media, technology and society*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Honneth, Axel (1995). *The struggle for recognition : the moral grammar of social conflicts*. Cambridge: Polity Press.
- Honneth, Axel (2004). Organized Self-Realization: Some Paradoxes of Individualization. *European Journal of Social Theory*, 7 (4), 463-478. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1368431004046703>
- Honneth, Axel (2012). *The I in we : studies in the theory of recognition*. Cambridge: Polity Press.
- Hooper, Clare J. & Jill Walker Rettberg (2011). Experiences with Geographical Collaborative Systems: Playfulness in Geosocial Networks and Geocaching. *World*, 1-4. Recuperado de: <http://eprints.ecs.soton.ac.uk/22471/>
- Hopkins, Patrick D. (2009). The Intersection of Culture, Gender, and Technology. In Johnson & Wetmore (Eds.), *Technology and society : building our sociotechnical future* (pp. 195-204). Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Horkheimer, Max & Theodor W. Adorno (2002). *Dialectic of enlightenment : philosophical fragments*. Stanford,

- Calif.: Stanford University Press.
- Horst, Heather A. & Daniel Miller (2006). *The cell phone : an anthropology of communication*. Oxford: Berg.
- Horton, Donald & R. Richard Wohl (1956). *Mass communication and para-social interaction*. *Psychiatry: Journal for the Study of Interpersonal Processes*, 19, 215-229.
- Hughes, Thomas P. (2009). *Technological Momentum*. In Johnson & Wetmore (Ed.s), *Technology and society : building our sociotechnical future* (pp. 141-150). Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Huhn, Tom (2004). *The Cambridge companion to Adorno*. Cambridge companions to philosophy (pp. xiv, 428 p.). Cambridge: Cambridge University Press,:
- Huizinga, Johan (1949). *Homo ludens : a study of the play-element in culture*. Londres; Boston: Routledge & Kegan Paul.
- Huizinga, Johan (2000). *Homo Ludens* (4ª ed.). São Paulo: Editora Perspectiva.
- Humphreys, Lee & Tony Liao (2011). *Mobile Geotagging: Reexamining Our Interactions with Urban Space*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 16 (3), 407-423. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01548.x>
- Hunsinger, Jeremy, Lisbeth Klastrup & Matthew Allen (2010). *The international handbook of internet research*. Dordrecht ; Nova Iorque: Springer.
- Huntington, Samuel P. (1996). *The clash of civilizations and the remaking of world order*. Nova Iorque: Simon & Schuster.
- Huntzinger, Jacques (1991). *Introdução às Relações Internacionais*. s.l.: PE Edições.
- Hurd, A.R. & D.M. Anderson (2010). *The Park and Recreation Professional's Handbook*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Hussey, Tris (2011). *Sams teach yourself Foursquare in 10 minutes*. Indianapolis, Ind.: Sams.
- Hutchby, Ian (2003). *Affordances and the Analysis of Technologically Mediated Interaction*. *Sociology*, 37 (3), 581-589. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/00380385030373011>
- Hutton, Will & Anthony Giddens (2001). *On the edge : living with global capitalism*. Londres: Vintage.
- Huysman, Marleen & Volker Wulf (2004). *Social capital and information technology*. Cambridge, MA ; Londres: MIT Press.
- Ignatow, Gabe (2014). *Bourdieu's Third Career as Theorist of the Digital*. Recuperado de: [https://www.academia.edu/7792693/Bourdieu's\\_Third\\_Career\\_as\\_Theorist\\_of\\_the\\_Digital](https://www.academia.edu/7792693/Bourdieu's_Third_Career_as_Theorist_of_the_Digital)
- Ignatow, Gabe & Laura Robinson (2014). *Pierre Bourdieu as Theorist of the Digital*. Recuperado de: [https://www.academia.edu/7935037/Pierre\\_Bourdieu\\_as\\_Theorist\\_of\\_the\\_Digital](https://www.academia.edu/7935037/Pierre_Bourdieu_as_Theorist_of_the_Digital)
- Ihamäki, Pirita (2015). *Social tribe culture case study: geocaching game*. *Int. J. Web Based Communities*, 11 (1), 97-113. DOI/URL: <https://doi.org/10.1504/ijwbc.2015.067087>
- Ihde, Don (1990). *Technology and the lifeworld : from garden to earth*. Bloomington: Indiana University Press.
- Ihde, Don (2012). *Experimental phenomenology : multistabilities* (2ª ed.). Albany: State University of New York Press.
- IHRU & IGESPAR (2010). *Património Arquitectónico — Geral Kits património, nº 1, versão 2.0*. Lisboa: Instituto da Habitação e Reabilitação Urbana & Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico. Recuperado de: [http://www.patrimoniocultural.pt/static/data/patrimonio\\_imovel/inventario/kit01.pdf](http://www.patrimoniocultural.pt/static/data/patrimonio_imovel/inventario/kit01.pdf)
- Illich, Ivan (1973). *Tools for conviviality* (1ª ed.). Nova Iorque,: Harper & Row. Recuperado de: [http://clevercycles.com/tools\\_for\\_conviviality/](http://clevercycles.com/tools_for_conviviality/)
- Illouz, Eva (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Madrid: Katz Editores.
- Illouz, Eva (2009). *El consumo de la utopía romántica. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid: Katz Editores.
- INE (2016). *Estatísticas do Turismo 2015*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística. Recuperado de: [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=233015003&PUBLICACOESmodo=2&xlang=pt](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=233015003&PUBLICACOESmodo=2&xlang=pt)
- Ingold, Tim (2000). *The perception of the environment : essays on livelihood, dwelling and skill*. Londres: Routledge.
- Ingold, Tim (2011). *Being alive : essays on movement, knowledge and description*. Londres: Routledge.
- Innis, Harold Adams (1950). *Empire and Communications*. Oxford: Clarendon Press.
- Innis, Harold Adams (2008). *The bias of communication* (2ª ed.). Toronto ; Buffalo, NY: University of Toronto Press.
- Iriye, Akira (2002). *Cultural relations and policies*. In DeConde, Burns & Logevall (Ed.s), *Encyclopedia of American foreign policy* (2ª ed., Vol. 1, pp. 409-424). Nova Iorque: Scribner.
- Irr, Caren & Ian Buchanan (2006). *On Jameson : from postmodernism to globalization*. Albany: State University of New York Press.
- Izenberg, Gerald N. (1992). *Impossible individuality : Romanticism, revolution, and the origins of modern selfhood, 1787-1802*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Jackson, Michael (2013). *Lifeworlds : essays in existential anthropology*. Chicago: The University of Chicago

- Press.
- Jacob, João Tiago Pinheiro Neto & António Fernando Coelho (2011). Geo Wars – The development of a location-based game *Revista de Ciências e Tecnologias de Informação e Comunicação: CETAC-MEDIA*. Recuperado de: <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/972>
- Jacobs, Mark D. & Nancy Weiss Hanrahan (2005). *The Blackwell companion to the sociology of culture*. Malden, MA: Blackwell Pub.
- Jalbert, Paul L. (1999). *Media studies : ethnomethodological approaches*. Lanham, Washington, DC: University Press of America ; International Institute for Ethnomethodology & Conversation Analysis.
- James, Ian (2007). Paul Virilio. *Londres ; Nova Iorque: Routledge*.
- Jameson, Fredric (1984). Postmodernism, or, The cultural logic of late capitalism. *New Left Review*, I (146), 53-92. Recuperado de: <https://newleftreview.org/I/146/fredric-jameson-postmodernism-or-the-cultural-logic-of-late-capitalism>
- Jameson, Fredric (1988). Postmodernism and Consumer Society. In Kaplan (Ed.), *Postmodernism and Its Discontents* (pp. 13-29). *Londres: Verso*.
- Jameson, Fredric (1990). *Late Marxism : Adorno, or, the persistence of the dialectic*. *Londres ; Nova Iorque: Verso*.
- Jameson, Fredric (1991). *Postmodernism, or, The cultural logic of late capitalism*. *Durham: Duke University Press*.
- Jameson, Fredric (2002). *A singular modernity : essay on the ontology of the present*. *Londres: Verso*.
- Jann, Scheuer (2003). Habitus as the Principle for Social Practice: A Proposal for Critical Discourse Analysis. *Language in Society*, 32 (2), 143-175. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/4169254>
- Jansson, André (2002). Spatial Phantasmagoria: The Mediatization of Tourism Experience. *European Journal of Communication*, 17 (4), 429-443. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/02673231020170040201>
- Jansson, André (2007). Texture. A key Concept for communication geography. *European Journal of Cultural Studies*, 10 (2), 185-202. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1367549407075904>
- Jansson, André (2012). Interveillance and Identity : A Quantitative Study of Privacy Concerns Related to New Social Media. *Comunicazioni sociali* (2), 274-287. Recuperado de: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:kau:diva-25927>
- Jansson, André (2015). Interveillance: A New Culture of Recognition and Mediatization. *Media and Communication*, 3 (3), 81-90. DOI/URL: <https://doi.org/0.17645/mac.v3i3.305>
- Jaworski, Adam & Annette Pritchard (2005). *Discourse, communication, and tourism*. Clevedon England ; Buffalo: Channel View Publications.
- Jenkins, Henry (2006). *Convergence culture : where old and new media collide*. *Nova Iorque: New York University Press*.
- Jenkins, Henry (2007). *The wow climax : tracing the emotional impact of popular culture*. *Nova Iorque, NY ; Londres: New York University Press*.
- Jenkins, Henry, Sam Ford & Joshua Green (2013). *Spreadable media : creating value and meaning in a networked culture*. *Nova Iorque ; Londres: New York University Press*.
- Jenkins, John M. & J. J. J. Pigram (2003). *Encyclopedia of leisure and outdoor recreation*. *Londres ; Nova Iorque: Routledge*.
- Jenkins, John M. & John J. Pigram (2006). Outdoor Recreation. In Rojek, Shaw & Veal (Ed.s), *A handbook of leisure studies* (pp. 363-385). *Basingstoke: Palgrave Macmillan*.
- Jenkins, Richard (2002). *Pierre Bourdieu (Rev. ed.)*. *Londres ; Nova Iorque: Routledge*.
- Jensen, Derrick & George Draffan (2004). *Welcome to the machine : science, surveillance, and the culture of control*. *White River Junction, Vt.: Chelsea Green Pub*.
- Jensen, Jakob Linaa (2010). Augmentation of Space: Four Dimensions of Spatial Experiences of Google Earth. *Space and Culture*, 13 (1), 121-133. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1206331209353693>
- Jessop, Bob (2002). *The future of the capitalist state*. *Cambridge: Polity Press*.
- Jessop, Bob, Neil Brenner & Martin Jones (2008). Theorizing Sociospatial Relations. *Environment and Planning D: Society and Space*, 26 (3), 389-401. DOI/URL: <https://doi.org/10.1068/d9107>
- Jessop, Bob & Ngai-Ling Sum (2006). *Beyond the regulation approach : putting capitalist economies in their place*. *Cheltenham, UK ; Northampton, MA: Edward Elgar*.
- Jewett, Pamela (2011). Multiple Literacies Gone Wild. *The Reading Teacher*, 64 (5), 341-344. DOI/URL: <https://doi.org/10.1598/RT.64.5.4>
- Johnson, Peter (2006). Unravelling Foucault's 'different spaces'. *History of the Human Sciences*, 19 (4), 75-90. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0952695106069669>
- Jonassen, David (2003). *Learning to solve problems with technology : a constructivist perspective (2ª ed.)*. *Upper Saddle River, N.J.: Merrill*.
- Jonassen, David (2007). *Computadores, ferramentas cognitivas*. *Porto: Porto Editora*.
- Jonassen, David & Association for Educational Communications and Technology. (2004). *Handbook of research on educational communications and technology (2ª ed.)*. *Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum*.

- Jonassen, David & Susan Land (2000). *Theoretical foundations of learning environments*. Mahwah, N.J.: L. Erlbaum Associates.
- Jonassen, David, Kyle Peck & Brent Wilson (1999). *Learning with technology: a constructivist perspective*. Upper Saddle River, N.J.: Merrill.
- Jonathan, Cohen (2014). *Identification with Media Characters: Oxford Bibliographies in Communication*. Recuperado de: <http://www.oxfordbibliographies.com/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0144.xml>
- Jones, Steve (1997). *Virtual culture : identity and communication in cybersociety*. Londres: SAGE.
- Jones, Steve (1999). *Doing Internet research : critical issues and methods for examining the Net*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- Joseph, Kenneth, Kathleen M. Carley & Jason I. Hong (2014). Check-ins in “Blau Space”: Applying Blau’s Macrosociological Theory to Foursquare Check-ins from New York City. *ACM Trans. Intell. Syst. Technol.*, 5 (3), 1-22. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/2566617>
- Joseph, Kenneth, Chun How Tan & Kathleen M. Carley (2012). Beyond "local", "categories" and "friends": clustering foursquare users with latent "topics". *Comunicação apresentada em Proceedings of the 2012 ACM Conference on Ubiquitous Computing*, Pittsburgh, Pennsylvania. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/2370216.2370422>
- Jovchelovitch, Sandra (2011). *Sociabilities. LSE Concepts and Theoretical Inspirations*. Recuperado de: <http://psych1.lse.ac.uk/undergroundsociabilities/pdf/resources/Concepts.pdf>
- Julien, Chris (2014). Bourdieu, Social Capital and Online Interaction. *Sociology*, 49 (2), 356-373. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0038038514535862>
- Jupp, Victor (2006). *The Sage dictionary of social research methods*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- Kabisch, Eric (2008). Datascape: A Synthesis of Digital and Embodied Worlds. *Space and Culture*, 11 (3), 222-238. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1206331208319147>
- Kaern, Michael, Bernard S. Phillips & Robert S. Cohen (1990). *Georg Simmel and contemporary sociology*. Dordrecht ; Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Kaplan, Rachel & Stephen Kaplan (1989). *The experience of nature : a psychological perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Katz, Elihu, Hadassah Haas & Michael Gurevitch (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. *American Sociological Review*, 38 (2), 164-181. DOI/URL: <https://doi.org/10.2307/2094393>
- Katz, Elihu & Paul Felix Lazarsfeld (2006). *Personal influence : the part played by people in the flow of mass communications (2ª ed.)*. New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers.
- Katz, James E. (Ed.) (2014). *Living Inside Social Mobile Information* Dayton: Greyden Press.
- Katz, James Everett (2003). *Machines that become us : the social context of personal communication technology*. New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers.
- Katz, James Everett (2008). *Handbook of mobile communication studies*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Katz, James Everett & Mark A. Aakhus (2002a). Making meaning of mobiles – a theory of Apparategeist. In Katz & Aakhus (Ed.s), *Perpetual contact : mobile communication, private talk, public performance* (pp. 301-320). Cambridge, UK ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Katz, James Everett & Mark A. Aakhus (2002b). *Perpetual contact : mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, UK ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Kaufmann, Vincent, Manfred Max Bergman & Dominique Joye (2004). Motility: mobility as capital. *International Journal of Urban and Regional Research*, 28 (4), 745-756. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.0309-1317.2004.00549.x>
- Kaufmann, Vincent & Bertrand Montulet (2008). Between Social and Spatial Mobilities: The Issue of Social Fluidity. In Canzler, Kaufmann & Kesselring (Ed.s), *Tracing mobilities : towards a cosmopolitan perspective* (pp. 37-56). Aldershot: Ashgate.
- Kazmer, Michelle & Bo Xie (2008). Qualitative Interviewing in Internet Studies: Playing with the media, playing with the method. *Information, Communication & Society*, 11 (2), 257-278. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/13691180801946333>
- Keen, Andrew (2012). *Digital vertigo : how today's online social revolution is dividing, diminishing, and disorienting us*. Nova Iorque: St. Martin's Press.
- Keen, Andrew (2015). *The Internet is not the answer*. Nova Iorque: Atlantic Monthly Press.
- Kellerman, Aharon (2006). *Personal mobilities*. Londres ; Nova Iorque: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Kellner, Douglas (2003). *Media spectacle*. Londres: Routledge.
- Kelly, Kevin (2010). *What technology wants*. Nova Iorque: Viking.
- Kemper, Theodore D. (1978). *A social interactional theory of emotions*. Nova Iorque: Wiley.
- Kemper, Theodore D. (2011). *Status, power and ritual interaction : a relational reading of Durkheim, Goffman, and Collins*. Farnham, Surrey, England ; Burlington, VT: Ashgate Pub.

- Kennedy, Paul M. (1993). *Preparing for the twenty-first century*. Londres: HarperCollins.
- Kerouac, Jack (1957). *On the road*. Nova Iorque,: Viking Press.
- Kesselring, Sven (2006). *Pioneering Mobilities: New Patterns of Movement and Motility in a Mobile World*. *Environment and Planning A*, 38 (2), 269-279.
- Kesselring, Sven & Gerlinde Vogl (2008). *Networks, Scapes and Flows – Mobility Pioneers between First and Second Modernity*. In Canzler, Kaufmann & Kesselring (Ed.s), *Tracing mobilities : towards a cosmopolitan perspective* (pp. 163-179). Aldershot: Ashgate.
- Khosrow-Pour, Mehdi (2008). *Encyclopedia of Information Science and Technology*. Hershey: Information Science Reference - Imprint of: IGI Publishing.
- Kiouis, Spiro (2002). *Interactivity: a concept explication*. *New Media & Society*, 4 (3), 355-383. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/146144480200400303>
- Kirby, Kathleen M. (1996). *Indifferent Boundaries: Spatial Concepts of Human Subjectivity*. Nova Iorque: Guilford Press.
- Kirsch, Scott (1995). *The Incredible Shrinking World? Technology and the Production of Space*. *Environment and Planning D: Society and Space*, 13 (5), 529-555. DOI/URL: <https://doi.org/10.1068/d130529>
- Kitchin, Rob & Martin Dodge (2011). *Code/space : software and everyday life*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Kjølrsrød, Lise (2003). *Adventure Revisited:: On Structure and Metaphor in Specialized Play*. *Sociology*, 37 (3), 459-476. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/00380385030373004>
- Klinghoffer, Arthur Jay (2006). *The power of projections : how maps reflect global politics and history*. Westport, CT: Praeger Publishers.
- Knorr-Cetina, Karin (1997). *Sociality with Objects: Social Relations in Postsocial Knowledge Societies*. *Theory, Culture & Society*, 14 (4), 1-30. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/026327697014004001>
- Kolb, Darl (2007). *Why the World is Not Flat and Distance Can Never Be ‘Dead’*. Comunicação apresentada em *Globally Distributed Work conference*, Bangalore, India. Recuperado de: <http://www.library.auckland.ac.nz/subject-guides/bus/docs/kolb-ch1-redefining-distance-final.pdf>
- Kolb, David (1984). *Experiential learning : experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Kolb, Liz (2008). *Toys to tools : connecting student cell phones to education*. Eugene, Oregon: International Society for Technology in Education.
- Konijn, Elly (2008). *Mediated interpersonal communication*. Nova Iorque: Routledge.
- Kopomaa, Timo (2000). *The City in your pocket : birth of the mobile information society*. Helsínquia: Gaudeamus.
- Korhonen, Hannu, Markus Montola & Juha Arrasvuori (2009). *Understanding playful user experience through digital games*. Comunicação apresentada em *International conference on designing pleasurable products and interfaces*, Compiègne, França. Recuperado de: <http://www.quillageo.com/wp-content/uploads/2013/07/p274-Korhonen.pdf>
- Koshar, Rudy (2002). *Histories of leisure*. Oxford: Berg Publishers.
- Kozinets, Robert V. (2010). *Netnography : ethnographic research in the age of the internet* (1ª ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Ltd.
- Kraut, Robert E., Malcolm Brynin & Sara Kiesler (2006). *Computers, phones, and the Internet : domesticating information technology*. Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Kristjánsson, Kristján (2010). *The self and its emotions*. Cambridge ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Kruesi, Liz (2014, Setembro). *Has NASA lost its edge?* *Astronomy*, 42 (9), 32-37.
- Kuhn, Thomas S. (1962). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kuklinski, Hugo Pardo, Joel Brandt & Juan Pablo Puerta (2008). *Mobile Web 2.0. Theoretical-technical framework and developing trends*. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 2 (4), 54-61. Recuperado de: <http://online-journals.org/i-jim/article/view/535>
- Kukulska-Hulme, Agnes (2008). *Human Factors and Innovation with Mobile Devices*. In Hansson (Ed.), *Handbook of research on digital information technologies : innovations, methods, and ethical issues* (pp. 392-403). Hershey, PA: Information Science Reference.
- Kümin, Beat & Cornelia Osborne (2013). *At home and in the workplace: A historical introduction to the “spatial turn”*. *History and Theory*, 52 (3), 305-318. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/hith.10671>
- Küpper, Axel (2005). *Location-based services : fundamentals and applications*. Chichester: Wiley.
- Lahire, Bernard (2002). *Homem Plural. Os determinantes da ação*. Petrópolis: Editora Vozes.
- LaMarca, A. & E. de Lara (2008). *Location Systems: An Introduction to the Technology Behind Location Awareness*. Morgan & Claypool Publishers.
- Lammes, Sybille (2011). *The map as playground: Location based games as cartographical practices*. Comunicação apresentada em *DiGRA #3911 - Proceedings of the 2011 DiGRA International Conference: Think Design Play*.
- Landsberg, Alison (2004). *Prosthetic memory : the transformation of American remembrance in the age of mass culture*. Nova Iorque: Columbia University Press.

- Lange, Michiel de (2010). *Moving Circles: mobile media and playful identities*. Tese de Doutorado, Erasmus University, Roterdão. Recuperado de <http://repub.eur.nl/pub/21334>
- Lankshear, Colin & Michele Knobel (2008). *Digital literacies : concepts, policies and practices*. Nova Iorque: Peter Lang.
- Larsen, Jonas & John Urry (2008). *Networking in Mobile Societies*. In Granås & Barenholdt (Ed.s), *Mobility and place : enacting Northern European peripheries* (pp. 89-102). Aldershot: Ashgate.
- Larsen, Jonas, John Urry & K. W. Axhausen (2006). *Mobilities, networks, geographies*. Aldershot, England ; Burlington, VT: Ashgate.
- Lasch, Christopher (1978). *The culture of narcissism : American life in an age of diminishing expectations* (1ª ed.). Nova Iorque: Norton.
- Lash, Scott (1990). *Sociology of postmodernism*. Londres: Routledge.
- Lash, Scott (2001). *La reflexividad y sus dobles: estructura, estética, comunidad*. In Beck, Giddens & Lash (Ed.s), *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Madrid: Alianza Editorial. (Reimp.: 2ª).
- Lash, Scott (2002). *Critique of information*. Londres: SAGE.
- Lash, Scott (2006). *Life (Vitalism)*. *Theory, Culture & Society*, 23 (2-3), 323-329. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0263276406062697>
- Lash, Scott & John Urry (1987). *The end of organized capitalism*. Madison, Wis.: University of Wisconsin Press.
- Lash, Scott & John Urry (1994). *Economies of signs and space*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Latour, Bruno (1993). *We have never been modern*. Nova Iorque ; Londres: Harvester Wheatsheaf.
- Latour, Bruno (2005). *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Law, John (1991). *A sociology of monsters : essays on power, technology, and domination*. Londres: Routledge.
- Law, John (2002). *Objects and Spaces*. *Theory, Culture & Society*, 19 (5-6), 91-105. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/026327602761899165>
- Law, John & John Hassard (1999). *Actor network theory and after*. Oxford England ; Malden, MA: Blackwell/Sociological Review.
- Lazarsfeld, P. F. & R. K. Merton (1954). *Friendship as a social process: A substantive and methodological analysis*. In Berger, Abel & Page (Ed.s), *Freedom and Control in Modern Society* (pp. 18-66): Van Nostrand.
- Lazzarato, M. & Joshua David Jordan (2012). *The making of the indebted man : an essay on the neoliberal condition*. Los Angeles, Ca.: Semiotext(e).
- Lazzarato, M. & Joshua David Jordan (2014). *Signs and machines : capitalism and the production of subjectivity*. Los Angeles, CA: Semiotext(e).
- Lazzarato, Maurizio (1996). *Immaterial Labor*. In Virno & Hardt (Ed.s), *Radical thought in Italy : a potential politics* (pp. 132-147). Minneapolis, Minn.: University of Minnesota Press.
- Lazzarato, Maurizio (2009). *Neoliberalism in Action: Inequality, Insecurity and the Reconstitution of the Social*. *Theory, Culture & Society*, 26 (6), 109-133. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0263276409350283>
- Lazzarato, Maurizio, Olivier Blondeau, Nick Dyer Whiteford, *et al.* (2004). *Capitalismo cognitivo. Propiedad intelectual y creación colectiva*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Lazzarato, Maurizio & Antonio Negri (2001). *Trabalho imaterial. Formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora.
- Le Breton, David (2000). *Eloge de la marche*. Paris: Métailié.
- Le Breton, David (2001). *Chemins de traverse : éloge de la marche*. *Quaderni* 44 (1), 5-16. Recuperado de: [http://www.persee.fr/doc/quad\\_0987-1381\\_2001\\_num\\_44\\_1\\_1478](http://www.persee.fr/doc/quad_0987-1381_2001_num_44_1_1478)
- Leão, L. (2004). *Derivas: cartografias do ciberespaço*. São Paulo: Annablume.
- Leatherman, Janie (2008). *Discipline and punishment in global politics : illusions of control*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Lee, Timothy B. (2013, 10 de Dezembro). *New documents show how the NSA infers relationships based on mobile location data*. *The Washington Post*. Recuperado de: <http://www.washingtonpost.com/blogs/the-switch/wp/2013/12/10/new-documents-show-how-the-nsa-infers-relationships-based-on-mobile-location-data/>
- Lefebvre, Henri (1970). *Le manifeste différentialiste*. Paris: Gallimard.
- Lefebvre, Henri (1971). *Everyday life in the modern world*. Londres,: Allen Lane.
- Lefebvre, Henri (1991a). *Critique of everyday life, Vol. I*. Londres: Verso.
- Lefebvre, Henri (1991b). *The production of space*. Oxford, OX, UK ; Cambridge, Mass., USA: Blackwell.
- Lefebvre, Henri (2002). *Critique of everyday life, Vol. II*. Londres: Verso.
- Lefebvre, Henri (2011). *O Direito à Cidade* (5ª ed.). São Paulo: Centauro. (Reimp. 3ª).
- Lemos, André (2005). *Cibercultura e Mobilidade: a Era da Conexão*. Comunicação integrada em XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação 5 a 9 de setembro de 2005, UERJ. Recuperado de: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1465-1.pdf>

- Lemos, André (2006). Ciberespaço e tecnologias móveis. Processos de Territorialização e Desterritorialização na Cibercultura. Comunicação apresentada em 15º Encontro Anual da COMPOS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, UNESP-Bauru. Recuperado de: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/territorio.pdf>
- Lemos, André (2008). Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). Comunicação, mídia e consumo, 4 (10), 23-40.
- Levinson, Paul (1999). Digital McLuhan : a guide to the information millennium. Londres: Routledge.
- Lévy, Pierre (2004). Inteligência colectiva: por una antropologia del ciberespacio. Washington D.C.: Organización Panamericana de la Salud.
- Lévy, Pierre (2011). The semantic sphere 1 : computation, cognition and information economy. Londres: ISTE Ltd.
- Levy, Steven (2009). Secret of Googlenomics: Data-Fueled Recipe Brews Profitability. Wired. Recuperado de: <http://www.wired.com/2009/05/nep-googlenomics/?currentPage=all>
- Levy, Steven (2015). Twitternomics. How Twitter found it's money mojo. Backchannel. Recuperado de: <https://backchannel.com/how-twitter-found-its-money-mojo-1d170e3df985#.qq4dbh19p>
- Licoppe, Christian (2004). 'Connected' presence: the emergence of a new repertoire for managing social relationships in a changing communication technoscape. Environment and Planning D: Society and Space, 22 (1), 135-156. DOI/URL: <https://doi.org/10.1068/d323t>
- Lievrouw, L.A. & S.M. Livingstone (2006). Handbook of new media: social shaping and social consequences of ICTs: SAGE.
- Lievrouw, Leah A. (2011). Alternative and activist new media. Cambridge, UK ; Malden, MA: Polity.
- Lifton, Robert Jay (1993). The protean self : human resilience in an age of fragmentation. Nova Iorque, NY: BasicBooks.
- Lima, Reis & Zélia Capitão (2003). E-learning e e-conteúdos aplicações das teorias tradicionais e modernas de ensino e aprendizagem à organização e estruturação de e-cursos. Vila Nova de Famalicão: Centro Atlântico.
- Lin, Nan (2001). Social capital : a theory of social structure and action. Cambridge, UK ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Lin, Nan, Karen S. Cook & Ronald S. Burt (2001). Social capital : theory and research. Nova Iorque: Aldine de Gruyter.
- Lin, Yu-Ru, Hari Sundaram & Aisling Kelliher (2010). Multi-Relational Characterization of Dynamic Social Network Communities. In Furht (Ed.), Handbook of Social Network Technologies and Applications (pp. 379-408): Springer-Verlag New York, Inc.
- Lindqvist, Janne, Justin Cranshaw, Jason Wiese, *et al.* (2011). I'm the mayor of my house: examining why people use foursquare - a social-driven location sharing application. Comunicação apresentada em Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Vancouver, BC, Canada. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/1978942.1979295>
- Ling, Richard Seyler (2008). New tech, new ties : how mobile communication is reshaping social cohesion. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Lisenbee, Peggy, Christine Hallman & Debbie Landry (2015). Geocaching is Catching Students' Attention in the Classroom. The Geography Teacher, 12 (1), 7-16. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/19338341.2014.975147>
- Lister, Martin (2008). New media: a critical introduction (2ª ed.). Milton Park, Abingdon, Oxon ; Nova Iorque, N.Y.: Routledge.
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss (2009). Encyclopedia of communication theory. Los Angeles, Calif.: SAGE.
- Liu, Yu, Zhengwei Sui, Chaogui Kang, *et al.* (2014). Uncovering Patterns of Inter-Urban Trip and Spatial Interaction from Social Media Check-In Data. PLOS ONE, 9 (1), e86026. DOI/URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0086026>
- Lizardo, Omar (2006). How Cultural Tastes Shape Personal Networks. American Sociological Review, 71 (5), 778-807. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/000312240607100504>
- Lizardo, Omar (2011). Pierre Bourdieu as a Post-cultural Theorist. Cultural Sociology, 5 (1), 25-44. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1749975510389714>
- Lochrie, Mark, Kate Lund & Paul Coulton (2010). Community generated location based gaming. Comunicação apresentada em Proceedings of the 24th BCS Interaction Specialist Group Conference, Dundee, United Kingdom.
- Locke, John (1689). An Essay Concerning Humane Understanding ( January 6, 2004 ed. Vol. 1): Project Gutenberg. Recuperado de: <http://www.gutenberg.org/ebooks/10615>
- Long, Xuelian, Lei Jin & James Joshi (2012). Exploring trajectory-driven local geographic topics in foursquare. Comunicação apresentada em Proceedings of the 2012 ACM Conference on Ubiquitous Computing,



- Pittsburgh, Pennsylvania. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/2370216.2370423>
- Lopes, Maria (2016, 3 de Março). Caravela sela promessa: Costa continuará desígnios de Cavaco sobre o mar. Público. Recuperado de: <https://www.publico.pt/politica/noticia/cavaco-silva-ja-preside-ao-conselho-de-ministros-de-antonio-costa-1725091>
- Lovink, Geert (1997). The Data Dandy and Sovereign Media. *Leonardo journal*, 30 (1). Recuperado de: <http://www.leonardo.info/isast/articles/datadandy.html>
- Löw, Martina (2008). The Constitution of Space: The Structuration of Spaces Through the Simultaneity of Effect and Perception. *European Journal of Social Theory*, 11 (1), 25-49. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1368431007085286>
- Löw, Martina (2013). O spatial turn: para uma sociologia do espaço. *Tempo Social*, 25, 17-34. Recuperado de: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-20702013000200002&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702013000200002&nrm=iso)
- Loyal, Steven & Stephen Quilley (2004). *The sociology of Norbert Elias*. Cambridge, UK ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Lucero, Andrés, Jussi Holopainen, Elina Ollila, *et al.* (2013). The playful experiences (PLEX) framework as a guide for expert evaluation. Comunicação apresentada em Proceedings of the 6th International Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces, Newcastle upon Tyne, United Kingdom. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/2513506.2513530>
- Luft, Joseph & H Ingham (1961). The Johari Window: a graphic model of awareness in interpersonal relations. *Human relations training news*, 5 (9), 6-7. Recuperado de: [http://c.ymcdn.com/sites/fridayfellowship.site-ym.com/resource/collection/D1FD72B3-693E-4EE5-AB18-B1233BBE9C51/JohariWindow\\_JLuft.pdf](http://c.ymcdn.com/sites/fridayfellowship.site-ym.com/resource/collection/D1FD72B3-693E-4EE5-AB18-B1233BBE9C51/JohariWindow_JLuft.pdf)
- Luke, Robert (2005). The Phoneur: Mobile Commerce and the Digital Pedagogies of the Wireless Web. In Trifonas (Ed.), *Communities of difference* (pp. 185-205). Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Lukes, Steven (2004). *Power : a radical view* (2ª ed.). Houndmills, Basingstoke, Hampshire Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Lupton, Deborah (2005). *Risk*. Londres ; Nova Iorque: Routledge. (Reimp. 2005).
- Luxemburg, Rosa (2003). *The accumulation of capital*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Lynch, Michael (1993). *Scientific practice and ordinary action : ethnomethodology and social studies of science*. Cambridge England ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Lyne, James (2014, 14 de Abril). How Heartbleed Happened, The NSA And Proof Heartbleed Can Do Real Damage. *Forbes*. Recuperado de: <http://www.forbes.com/sites/jameslyne/2014/04/14/how-heartbleed-happened-the-nsa-and-proof-heartbleed-can-do-real-damage/>
- Liotard, Jean-François (1989). *A Condição Pós-Moderna. Relatório sobre o Saber* (Navarro, Trad. 2ª ed.). Lisboa: Gradiva.
- Liotard, Jean-François (1994). *Lessons on the Analytic of the sublime : (Kant's Critique of judgment, [sections] 23-29)*. Stanford, Calif.: Stanford University Press.
- MacCannell, Dean (1999). *The tourist : a new theory of the leisure class*. Berkeley: University of California Press.
- Mackie, J. L. (1974). *The cement of the universe; a study of causation*. Oxford,: Clarendon Press.
- Maffesoli, Michel (1996). *The time of the tribes : the decline of individualism in mass society*. Londres: SAGE.
- Maffesoli, Michel (1998). *O Tempo das Tribos. O declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Rio de Janeiro: Editora Forense Universtária.
- Maffesoli, Michel (2001). *A Violência Totalitária. Ensaio de Antropologia Política*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Maffesoli, Michel (2005). *El nomadismo. Vagabundeos iniciáticos*. Ciudad de México: Fondo de cultura económica. (Reimp. 1ª).
- Maffesoli, Michel (2006). *Du nomadisme : vagabondages initiatiques*. Paris: Table ronde.
- Maffesoli, Michel (2014). *Homo eroticus: comunhões emocionais*. Rio de Janeiro: Forense Universtária.
- Malone, Karen Ror & Stephen R. Friedlander (2000). *The subject of Lacan : a Lacanian reader for psychologists*. Albany: State University of New York Press.
- Malpas, Simon & Paul Wake (2006). *The Routledge companion to critical theory*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Maltez, José Adelino (1991). *Ensaio sobre o problema do Estado* (2 vol.s). Lisboa: Academia Internacional da Cultura Portuguesa.
- Mandel, Ernest (1978). *Late capitalism* (De Bres, Trad. rev. ed.). Londres: Verso.
- Mann, Chris & Fiona Stewart (2000). *Internet communication and qualitative research : a handbook for researching online*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- Manovich, Lev (2002). *The language of new media* (1ª MIT Press pbk. ed.). Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Manovich, Lev (2010). The Poetics of Augmented Space. In Kronhagel (Ed.), *Mediatecture: The Design of Medially Augmented Spaces* (pp. 304-318). Vienna: Springer Vienna. Recuperado de: [http://dx.doi.org/10.1007/978-3-7091-0300-5\\_26](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-7091-0300-5_26)
- Manovich, Lev (2013). *Software takes command : extending the language of new media*. Nova Iorque ; Londres: Bloomsbury.

- Marchessault, Janine (2005). *Marshall McLuhan : cosmic media*. Londres ; Thousand Oaks Calif.: SAGE.
- Marcuse, Herbert (1964). *One-dimensional man; studies in the ideology of advanced industrial society*. Boston,: Beacon Press. Recuperado de: <http://www.marcuse.org/herbert/pubs/64onedim/odmcontents.html>
- Marini, J.F. (1985). *El conocimiento geopolítico*. Buenos Aires: Círculo Militar.
- Markham, Annette N. & Nancy K. Baym (2009). *Internet inquiry : conversations about method*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Maroco, João (2014). *Análise Estatística com o SPSS Statistics (3ª ed.)*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Marquees, Steve (2014, April 12). *Of Money, Responsibility, and Pride*. Recuperado de: <http://veridicalsystems.com/blog/of-money-responsibility-and-pride/>
- Marshall, Alasdair (2007). *Vilfredo Pareto's sociology : a framework for political psychology*. Aldershot, Hants, England; Burlington, VT: Ashgate.
- Marston, Sallie A. (2000). The social construction of scale. *Progress in Human Geography*, 24 (2), 219-242. DOI/URL: <https://doi.org/10.1191/030913200674086272>
- Martin, Raymond & John Barresi (2003). *Personal identity*. Malden, MA: Blackwell.
- Martins, Gonçalo Filipe de Matos (2014). *Caracterização da atividade de Geocaching no Parque Natural da Arrábida*. Recuperado de: <http://repositorio.ul.pt/handle/10451/16131>
- Marwick, Alice (2012). The Public Domain: Surveillance in Everyday Life. *Surveillance & Society*, 9 (4), 378-393. Recuperado de: [http://ojs.library.queensu.ca/index.php/surveillance-and-society/article/view/pub\\_dom](http://ojs.library.queensu.ca/index.php/surveillance-and-society/article/view/pub_dom)
- Marwick, Alice E. (2013). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*: Yale University Press.
- Marx, Karl & David McLellan (2000). *Selected writings (2ª ed.)*. Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Marx, Leo (2000). *The machine in the garden : technology and the pastoral ideal in America*. Oxford: Oxford University Press.
- Maslow, Abraham H. (1970). *Motivation and personality (2ª ed.)*. Nova Iorque,: Harper & Row.
- Massey, Doreen B. (1991). A Global Sense of Place. *Marxism Today* (June 1991), 24-29. Recuperado de: <http://www.unz.org/Pub/MarxismToday-1991jun-00024?View=Contents>
- Massey, Doreen B. (1992). Power-geometry and a progressive sense of place. In Bird, Curtis, Putnam, Robertson & Tickner (Ed.s), *Mapping the futures : local cultures, global change* (pp. 60-70). Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Massey, Doreen B. (1994). *Space, place and gender*. Cambridge: Polity.
- Massey, Doreen B. (2005). *For space*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Mathiensen, Thomas (1997). The Viewer Society: Michel Foucault's 'Panopticon' Revisited. *Theoretical Criminology*, 1 (2), 215-234. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1362480697001002003>
- Matrix, Sidney Eve (2006). *Cyberpop : digital lifestyles and commodity culture*. Nova Iorque ; Londres: Routledge.
- Mattelart, Armand (1994). *L' invention de la communication*. Paris: La Découverte.
- Mattelart, Armand (1999). *La communication-monde histoire des idées et des stratégies*. Paris: La Découverte Poche.
- Mattelart, Armand (2000). *A globalização da comunicação*. São Paulo: EDUSC.
- Mattelart, Armand (2002a). *Geopolítica de la cultura*. Bogotá: Ediciones desde abajo.
- Mattelart, Armand (2002b). *História da Sociedade da Informação*. Lisboa: Editorial Bizâncio.
- Mattelart, Armand (2002c). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.
- Matthews, John A. & David T. Herbert (2008). *Geography : a very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Mattoso, José, Suzanne Daveau & Duarte Belo (2011). *Portugal - O Sabor da Terra. Um retrato histórico e geográfico por regiões*. Lisboa: Temas e Debates.
- Maturana, Humberto R. & Francisco J. Varela (1992). *The tree of knowledge : the biological roots of human understanding (Rev. ed.)*. Boston ; Londres: Shambhala.
- Mauss, Marcel (2002). *The gift : the form and reason for exchange in archaic societies*. Londres: Routledge.
- Mayer-Schönberger, Viktor (2009). *Delete : the virtue of forgetting in the digital age*. Princeton: Princeton University Press.
- McAuley, John (2010). *Virtual Ethnomethodology? A study of the relation between ethnomethodology and CMC*. Recuperado de: <https://www.scss.tcd.ie/publications/tech-reports/reports.10/TCD-CS-2010-11.pdf>
- McChesney, Robert Waterman (2013). *Digital disconnect : how capitalism is turning the Internet against democracy*. Nova Iorque: The New Press.
- McGonigal, Jane (2011). *Reality is broken : why games make us better and how they can change the world*. Londres: Jonathan Cape.
- McLean, Daniel D. & Amy R. Hurd (2012). *Kraus' recreation and leisure in modern society (9ª ed.)*. Sudbury, MA: Jones & Bartlett Learning.

- McLuhan, Marshall (1964). *The Gutenberg Galaxy - The Making of the typographic man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan, Marshall (1969). Entrevista. *Playboy* (Março). Recuperado de: <http://web.cs.ucdavis.edu/~rogaway/classes/188/spring07/mcluhan.pdf>
- McLuhan, Marshall (1994). *Understanding media : the extensions of man* (1ª MIT Press ed.). Cambridge, Mass.: MIT Press.
- McLuhan, Marshall & Eric McLuhan (1988). *Laws of media : the new science*. Toronto ; Buffalo: University of Toronto Press.
- McLuhan, Marshall, Eric McLuhan & Frank Zingrone (1995). *Essential McLuhan* (1ª ed.). Nova Iorque, NY: BasicBooks.
- McMaster, Robert Brainerd & E. Lynn Usery (2005). *A research agenda for geographic information science*. Boca Raton, Flórida: CRC Press.
- McNamara, Joel (2004). *Geocaching for dummies*. Hoboken, NJ: Wiley Pub.
- McNeill, Lynne (2007). Portable Places: Serial Collaboration and the Creation of a New Sense of Place. *Western Folklore*, 66 (3/4), 281-299. Recuperado de: <http://vnweb.hwwilsonweb.com/hww/jumpstart.jhtml?recid=0bc05f7a67b1790e43f188a0944caaa9d6db c413a9170af43e954334864af3102675c600f868f3aa&fmt=P>
- McNely, Brian (2015). Instagram, Geocaching, and the When of Rhetorical Literacies. *Kairos. A Journal of Rhetoric, Technology, and Pedagogy*, 3 (19). Recuperado de: <http://kairos.techorhetoric.net/19.3/topoi/mcnely/>
- McPherson, Miller, Lynn Smith-Lovin & James M Cook (2001). Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology*, 27 (1), 415-444. DOI/URL: <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.415>
- Mead, George Herbert (2015). *Mind, self, and society : the definitive edition*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Mejias, Ulises Ali (2013). *Off the network : disrupting the digital world*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Merleau-Ponty, Maurice (1962). *Phenomenology of perception* (2005 ed.). Londres: Routledge.
- Merrifield, Andy (2006). *Henri Lefebvre : a critical introduction*. Nova Iorque, N.Y. ; Londres: Routledge.
- Merton, Robert King (1968). *Social theory and social structure*. Nova Iorque,: Free Press.
- Metra, Maryse (2006). *Approches théoriques du jeu* Recuperado de: [http://www2.ac-lyon.fr/etab/ien/ain/bourg2/IMG/pdf/Approches\\_theoriques\\_du\\_jeu.pdf](http://www2.ac-lyon.fr/etab/ien/ain/bourg2/IMG/pdf/Approches_theoriques_du_jeu.pdf)
- Meusburger, Peter (2015). Relations Between Knowledge and Power: An Overview of Research Questions and Concepts. In *Symposia* (Ed.), *Geographies of knowledge and power* (pp. 19-74). Nova Iorque, NY: Springer Berlin Heidelberg.
- Meyrowitz, Joshua (1985). *No sense of place : the impact of electronic media on social behavior*. Nova Iorque: Oxford University Press.
- Meyrowitz, Joshua (2004). *The Rise of Glocality: New Senses of Place and Identity in the Global Village*. Comunicação integrada em *The Global and the Local in Mobile Communication*. Recuperado de: [http://www.fil.hu/mobil/2004/meyrowitz\\_webversion.doc](http://www.fil.hu/mobil/2004/meyrowitz_webversion.doc)
- Miah, Andy (2011). Towards Web 3.0: Mashing Up Work and Leisure. In Bramham & Wagg (Ed.s), *The new politics of leisure and pleasure* (pp. 136-152). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Michael, Katina & M. G. Michael (2011). The social and behavioural implications of location-based services. *Journal of Location Based Services*, 5 (3-4), 121-137. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/17489725.2011.642820>
- Miele, Mara & Jonathan Murdoch (2010). Slow Food. In Ritzer (Ed.), *McDonaldization : the reader* (3ª ed., pp. 250-254). Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press.
- Milgram, Stanley (1967). The Small World Problem. *Psychology Today*, 1 (1), 61-67. Recuperado de: <http://snap.stanford.edu/class/cs224w-readings/milgram67smallworld.pdf>
- Miller, David L. (1973). *George Herbert Mead: self, language, and the world*. Austin,: University of Texas Press.
- Mills, C. Wright (2000). *The sociological imagination*. Oxford England Nova Iorque: Oxford University Press.
- Milner, Greg (2016). *Pinpoint : how GPS is changing technology, culture, and our minds*. Nova Iorque: W.W. Norton & Company.
- Mirchandani, Rekha (2005). Postmodernism and Sociology: From the Epistemological to the Empirical. *Sociological Theory*, 23 (1), 86-115. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.0735-2751.2005.00244.x>
- Misztal, Barbara A. (2003). *Theories of social remembering*. Maidenhead ; Philadelphia: Open University Press.
- Mitchell, William J. (1995). *City of bits : space, place, and the infobahn*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Mok, Diana, Barry Wellman & Juan Carrasco (2010). Does Distance Matter in the Age of the Internet? *Urban Studies*, 47 (13), 2747-2783. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0042098010377363>
- Mol, A. P. J. (2008). *Environmental reform in the information age : the contours of informational governance*.

- Cambridge ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Monmonier, Mark S. (1991). *How to lie with maps*. Chicago: University of Chicago Press.
- Monmonier, Mark S. (2002). *Spying with maps : surveillance technologies and the future of privacy*. Chicago Londres: University of Chicago Press.
- Monteiro, Daniele Barros, Teuria Maria Santiago da Silva & Lilian Simone Amorim Brito (2014). *Geocaching: leitura e interpretação do espaço urbano por meio do uso de geotecnologias de informação e comunicação. Comunicação apresentada em VII Congresso Brasileiro de Geógrafos, Vitória*. Recuperado de: [http://www.cbg2014.agb.org.br/resources/anais/1/1404609479\\_ARQUIVO\\_ARTIGOGEOCACHING\\_DANI.pdf](http://www.cbg2014.agb.org.br/resources/anais/1/1404609479_ARQUIVO_ARTIGOGEOCACHING_DANI.pdf)
- Montesquieu, Charles de Secondat (1758). *De l'esprit des lois*: Université du Québec à Chicoutimi. DOI/URL: <https://doi.org/10.1522/cla.moc.del8>
- Mooney, Annabelle & Betsy Evans (2007). *Globalization : the key concepts*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Moore, Shaun (2000). *Media and everyday life in modern society*. Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Moore, Shaun (2003). *Media, Flows and Places*. MEDIA@LSE Electronic Working Papers, (6). Recuperado de: <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/mediaWorkingPapers/archive/ewpNumber12.aspx>
- Moore, Shaun (2005). *Media/theory : thinking about media and communications*. Nova Iorque: Routledge.
- Moore, Shaun (2007). *Media and Senses of Place: On Situational and Phenomenological Geographies*. MEDIA@LSE Electronic Working Papers, (12). Recuperado de: <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/mediaWorkingPapers/archive/ewpNumber12.aspx>
- Moore, Shaun (2012). *Media, place and mobility*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire ; Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Moran, Joe (2005). *Reading the everyday*. Milton Park, Abingdon, Oxon ; Nova Iorque: Routledge.
- Moreira, Adriano (1992). *Ciência Política*. Coimbra: Livraria Almedina.
- Morissette, Jean-François (2010). *Le Jeu dans la Sociologie. Du Phénomène au Concept*. Tese de doutoramento em Sociologia, Université du Québec à Montréal. Recuperado de <http://www.archipel.uqam.ca/2884/1/D1915.pdf>
- Morley, David (1992). *Television, audiences and cultural studies*. Londres: Routledge. (Reimp. 2005).
- Morley, David (2000). *Home territories : media, mobility and identity*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Morley, David (2006). *What's 'home ' got to do with it? Contradictory dynamics in the domestication of technology and the dislocation of domesticity*. In Berker (Ed.), *Domestication of media and technology* (pp. 21-39). Maidenhead: Open University Press.
- Morley, David (2007). *Media, modernity and technology : the geography of the new*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Morley, David (2009). *For a Materialist, Non-Media-centric Media Studies*. *Television New Media*, 10 (1), 114-116. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1527476408327173>
- Morley, David (2011a). *Communications and transport: The mobility of information, people and commodities*. *Media, Culture & Society*, 33 (5), 743-759. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0163443711404466>
- Morley, David (2011b). *Electronic landscapes: Between the virtual and the actual*. In Christensen, Jansson & Christensen (Ed.s), *Online territories : globalization, mediated practice, and social space* (pp. 273-290). Nova Iorque: Peter Lang.
- Morley, David (2014). *After Techno-Globalisation: Virtual and Material Geographies* (conferência). Zagreb: SkriptaTV. Recuperado de: <https://youtu.be/8GFpYrZBwDI>
- Morley, David, Shaun Moore & Zlatan Krajina (2014). *Non-media-centric media studies: A cross-generational conversation*. *European Journal of Cultural Studies*, 17 (6), 682-700. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1367549414526733>
- Morley, David & Kevin Robins (1995). *Spaces of identity : global media, electronic landscapes, and cultural boundaries*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Mosca, Gaetano (1939). *The ruling class (Elementi di scienza politica)* (1ª ed.). Nova Iorque, Londres.; McGraw-Hill book company, inc.
- Mosco, Vincent (2004). *The digital sublime : myth, power, and cyberspace*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Mosco, Vincent (2009). *The political economy of communication* (2ª ed.). Los Angeles: SAGE.
- Mosco, Vincent (2014). *To the cloud : big data in a turbulent world*. Boulder: Paradigm Publishers.
- Mossberger, Karen, Caroline J. Tolbert & Ramona S. McNeal (2008). *Digital citizenship : the internet, society, and participation*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Mota, Sara Piteira (2015, 12 de Set.). *Os jogos portugueses que fazem sucesso além fronteiras*. *Diário Económico*. Recuperado de: [http://economico.sapo.pt/noticias/os-jogos-portugueses-que-fazem-sucesso-alem-fronteiras\\_228578.html](http://economico.sapo.pt/noticias/os-jogos-portugueses-que-fazem-sucesso-alem-fronteiras_228578.html)
- Mouzelis, Nicos P. (1995). *Sociological theory : what went wrong? : diagnosis and remedies*. Londres: Routledge.
- Mouzelis, Nicos P. (2008). *Modern and postmodern social theorizing : bridging the divide*. Cambridge, UK ; Nova Iorque: Cambridge University Press.

- Musso, Pierre (2003). *Critique des réseaux*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Nachi, Mohamed (2006). *Introduction à la sociologie pragmatique vers un nouveau style sociologique ?* [préface de Luc Boltanski]. Paris: A. Colin.
- Nairn, Tom & Paul James (2005). *Global matrix : nationalism, globalism and state-terrorism*. Londres: Pluto.
- Nakamura, Jeanne & Mihaly Csikszentmihalyi (2009). *The Concept of Flow*. In Snyder & Lopez (Ed.s), *Oxford handbook of positive psychology* (pp. 89-105). Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Nancy, Jean-Luc (1993). *War, Law, Sovereignty - Techné*. In Conley (Ed.), *Rethinking technologies* (pp. 28-58). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Nasheri, Hedieh (2005). *Economic espionage and industrial spying*. Cambridge, UK ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Neustaedter, Carman, Anthony Tang & Judge K. Tejinder (2010). *The role of community and groupware in geocache creation and maintenance*. Comunicação apresentada em Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Atlanta, Georgia, USA. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/1753326.1753590>
- Neves, Barbara Barbosa (2013). *Social Capital and Internet Use: The Irrelevant, the Bad, and the Good*. *Sociology Compass*, 7 (8), 599-611. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/soc4.12059>
- Nielsen, Jakob (2009). *Mobile Web 2009 = Desktop Web 1998*. Jakob Nielsen's Alertbox. Recuperado de: <http://www.useit.com/alertbox/mobile-usability.html>
- Nijhuis, J.O. (2013). *Consuming mobility: A practice approach to sustainable mobility transitions*. Wageningen: Wageningen Academic Publishers.
- Nöth, Winfried & Nina Bishara (2007). *Self-reference in the media*. Berlim ; Nova Iorque: Mouton de Gruyter.
- Noulas, Anastasios, Cecilia Mascolo & Enrique Frias-Martinez (2013). *Exploiting Foursquare and Cellular Data to Infer User Activity in Urban Environments*. Comunicação integrada em IEEE International Conference on Mobile Data Management (MDM 2013).
- Noulas, Anastasios, Salvatore Scellato, Cecilia Mascolo, *et al.* (2011). *An empirical study of geographic user activity patterns in foursquare*. Comunicação integrada em Proc. of the 5th Int'l AAAI Conference on Weblogs and Social Media.
- NPEC (2011). *Entrevista exclusiva Zygmunt Bauman: Faculdade São Bento da Bahia*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=1miAVUQhdwM>
- Nye, David E. (1994). *American technological sublime*. Cambridge, Mass. ; Londres: MIT Press.
- Nye, David E. (2006). *Technology matters : questions to live with*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Nyíri, János Kristóf (Ed.) (2006). *A sense of place. The global and the local in mobile communication* Viena: Passagen Verlag.
- O'Hara, Kenton (2008). *Understanding geocaching practices and motivations*. Comunicação apresentada em Proceedings of the twenty-sixth annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems, Florence, Italy. DOI/URL: <https://doi.org/10.1145/1357054.1357239>
- O'Reilly, Tim (2005). *What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, Recuperado de: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- Ó Dochartaigh, Niall (2002). *The Internet research handbook : a practical guide for students and researchers in the social sciences*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- O'Neill, Shaleph (2009). *The Interactive Spectacle and the Digital Situationist*. In Turner, Turner & Davenport (Ed.s), *Exploration of space, technology, and spatiality : interdisciplinary perspectives* (pp. 155-166). Hershey PA: Information Science Reference.
- OCDE (2015). *OECD Digital Economy Outlook 2015*. Paris: OECD Publishing. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264232440-en>
- Oldenburg, R. (1998). *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. s.l.: Marlowe & Company.
- Olick, Jeffrey K., Vered Vinitzky-Seroussi & Daniel Levy (2011). *The collective memory reader*. Nova Iorque: Oxford University Press.
- Oliver, Martin (2005). *The Problem with Affordance*. *E-Learning*, 2 (4), 402-413. Recuperado de: <http://www.malts.ed.ac.uk/ice2/abstracts/oliver.htm>
- Olson, Parmy (2012). *We are anonymous : inside the hacker world of Lulzsec, anonymous, and the global cyber insurgency* (1ª ed.). Nova Iorque, NY: Little, Brown and Co.
- Orlikowski, Wanda J. (2008). *Using Technology and Constituting Structures: A Practice Lens for Studying Technology in Organizations Resources, Co-Evolution and Artifacts: Theory in CSCW* (pp. 255-305). Londres: Springer London. Recuperado de: [http://dx.doi.org/10.1007/978-1-84628-901-9\\_10](http://dx.doi.org/10.1007/978-1-84628-901-9_10)
- Ortoleva, Peppino (2012). *Homo ludicus. The ubiquity of play and its roles in present society*. *GAME The Italian Journal of Game Studies* (1). Recuperado de: <http://www.gamejournal.it/homo-ludicus-the-ubiquity-and-roles-of-play-in-present-society>
- Ossewaarde, M. R. R. (2004). *Tocqueville's moral and political thought : new liberalism*. Londres ; Nova Iorque:

- Routledge.
- Ousborne, Simon (2014, 18 de Junho). The man who's making Google Maps smarter. *The Independent*. Recuperado de: <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/features/the-man-whos-making-google-maps-smarter-9544478.html>
- Özkul, Didem (2014). *Mobile nodes: mobile and locative media, everyday life and sense of place*. Tese de doutoramento, Universidade de Westminster, Londres. Recuperado de <http://westminsterresearch.wmin.ac.uk/13870/>
- Özkul, Didem & Lee Humphreys (2015). Record and remember: Memory and meaning-making practices through mobile media. *Mobile Media & Communication*, 3 (3), 351-365. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/2050157914565846>
- P. Mains, Susan (2015). *Mediated geographies and geographies of media*. Nova Iorque, NY: Springer Berlin Heidelberg.
- Pacey, Arnold (1983). *The culture of technology*. Oxford, England: B. Blackwell.
- Packer, Martin J. (2011). *The science of qualitative research*. Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Papacharissi, Zizi (2002). The presentation of self in virtual life: Characteristics of personal home page. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79 (3), 643-660. Recuperado de: [http://zizi.people.uic.edu/Site/Research\\_files/PresentationInVirtualLife.pdf](http://zizi.people.uic.edu/Site/Research_files/PresentationInVirtualLife.pdf)
- Papacharissi, Zizi (2009). Uses and Gratifications. In Stacks & Salwen (Ed.s), *An integrated approach to communication theory and research* (2ª ed., pp. 137-152). Nova Iorque: Routledge.
- Papacharissi, Zizi (2010). *A private sphere : democracy in a digital age*. Cambridge: Polity.
- Papacharissi, Zizi (2011). *A networked self : identity, community and culture on social network sites*. Nova Iorque: Routledge.
- Papacharissi, Zizi & Emily Easton (2013). In the Habitus of the New. In Hartley, Burgess & Bruns (Ed.s), *A Companion to New Media Dynamics* (pp. 167-184): Wiley-Blackwell.
- Papert, Seymour (s.d.). *Constructionism vs. Instructionism* Recuperado de: [http://www.papert.org/articles/const\\_inst/const\\_inst1.html](http://www.papert.org/articles/const_inst/const_inst1.html).
- Parekh, Serena (2008). *Hannah Arendt and the challenge of modernity : a phenomenology of human rights*. Nova Iorque: Routledge.
- Pareto, Vilfredo (1935). *The mind and society (Trattato di sociologia generale)*. Nova Iorque,: Harcourt.
- Park, David W. (2011). Critical Concepts: Pierre Bourdieu's 'Habitus' and the Political Economy of the Media. [Pierre Bourdieu;Communication Theory;Political Economy]. 2011, 23 (1). Recuperado de: <http://journals.fcla.edu/demcom/article/view/76369>
- Park, David W., Nick Jankowski & Steve Jones (2011). *The long history of new media : technology, historiography, and contextualizing newness*. Nova Iorque: Peter Lang.
- Parsons, Talcott (1970). *Social structure and personality*. Glencoe, N.Y. , Londres: Free Press, Collier-Macmillan.
- Parsons, Talcott & Robert Freed Bales (1956). *Family, socialization and interaction process*. Londres: Routledge & Paul.
- Passerin d'Entrèves, Maurizio (1994). *The political philosophy of Hannah Arendt*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Paterson, Mark (2006). *Consumption and everyday life*. Londres: Routledge.
- Pearson, Judy C. (2008). *Human communication* (3ª ed.). Nova Iorque: McGraw-Hill.
- Perusco, L. & K. Michael (2007). Control, trust, privacy, and security: evaluating location-based services. *IEEE Technology and Society Magazine*, 26 (1), 4-16. DOI/URL: <https://doi.org/10.1109/MTAS.2007.335564>
- Peter Jonsson, Stephen Carson (2017). *Ericsson Mobility Report*. June 2017: Ericsson. Recuperado de: <https://www.ericsson.com/en/mobility-report>
- Peters, John Durham (1999a). *Nomadism, Diaspora, Exile: The Stakes of Mobility within the Western Canon*. In Naficy (Ed.), *Home, exile, homeland : film, media, and the politics of place*. Nova Iorque: Routledge.
- Peters, John Durham (1999b). *Speaking into the air : a history of the idea of communication*. Chicago, Ill. ; Londres: University of Chicago Press.
- Peterson, Richard A. & Roger M. Kern (1996). Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*, 61 (5), 900-907. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/2096460>
- Phillips, Bernard S. (1990). Simmel, individuality, and fundamental change. In Kaern, Phillips & Cohen (Ed.s), *Georg Simmel and contemporary sociology* (pp. 259-281). Dordrecht ; Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Piccolo, Gustavo Martins (2011). *Sociologia a partir dos jogos? EFDeportes.com*. Revista Digital, Ano 15(152). Recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd152/sociologia-a-partir-dos-jogos.htm>
- Pickles, John (1985). *Phenomenology, science and geography : spatiality and the human sciences*. Cambridge: Cambridge University Press. (Reimp. 2009).
- Pickles, John (2004). *A history of spaces : cartographic reason, mapping, and the geo-coded world*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.

- Pieterse, Jan Nederveen (1995). Globalization as hybridization. In Featherstone, Lash & Robertson (Ed.s), *Global modernities* (pp. 45-68). Londres: SAGE.
- Pieterse, Jan Nederveen (2015). *Globalization and culture : global mélange* (3ª ed.). Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Pigram, J. J. J. & John M. Jenkins (1999). *Outdoor recreation management*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Piketty, Thomas (2014). *Capital in the twenty-first century*. Cambridge Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Pile, Steve & N. J. Thrift (1995). *Mapping the subject : geographies of cultural transformation*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Pinch, Trevor J. & Wiebe E. Bijker (1984). The Social Construction of Facts and Artefacts: or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology might Benefit Each Other. *Social Studies of Science*, 14 (3), 399-441. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/030631284014003004>
- Planelles, Manuel (2014, 29 Dezembro). *Espanha amplia sus dominios marítimos*. El País. Recuperado de: [http://politica.elpais.com/politica/2014/12/28/actualidad/1419791095\\_360167.html](http://politica.elpais.com/politica/2014/12/28/actualidad/1419791095_360167.html)
- Porter, Roy (1997). *Rewriting the self : histories from the Renaissance to the present*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Post, The Washington (2013). *NSA Secrets: Government Spying in the Internet Age*. Nova Iorque: Diversion Books.
- Poster, M. & S. Aronowitz (2001). *The Information Subject*. Londres: Routledge.
- Poster, Mark (1990). *The mode of information : poststructuralism and social context*. Chicago: University of Chicago Press.
- Poster, Mark (1995). *The second media age*. Cambridge: Polity Press.
- Poster, Mark (1999). Underdetermination. *New Media & Society*, 1 (1), 12-17. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1461444899001001003>
- Poster, Mark (2006). *Information please : culture and politics in the age of digital machines*. Durham: Duke University Press.
- Postill, John (2008). Localizing the internet beyond communities and networks. *New Media & Society*, 10 (3), 413-431. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1461444808089416>
- Postill, John (2011). *Localizing the Internet : an anthropological account*. Nova Iorque: Berghahn Books.
- Postill, John & Birgit Bräuchler (2010). *Theorising media and practice*. Nova Iorque: Berghahn Books.
- Postman, Neil (1985). *Amusing ourselves to death : public discourse in the age of show business*. Nova Iorque: Viking.
- Postman, Neil (2000). *The Humanism of Media Ecology*. Comunicação integrada em Inaugural Media Ecology Association Convention (Keynote Address), Fordham University. Recuperado de: [http://media-ecology.org/publications/MEA\\_proceedings/v1/humanism\\_of\\_media\\_ecology.html](http://media-ecology.org/publications/MEA_proceedings/v1/humanism_of_media_ecology.html)
- Poynter, Ray (2010). *The handbook of online and social media research : tools and techniques for market researchers*. Nova Iorque: Wiley.
- Proença, Raúl (Ed.) (1924). *Guia de Portugal (Vol. I. Generalidades. Lisboa e Arredores.)* Lisboa: Biblioteca Nacional de Lisboa.
- Pronovost, Gilles (2000). The Collapse of the Leisure Society? New Challenges for the Sociology of Leisure. In Quah & Sales (Ed.s), *The international handbook of sociology*. Londres: SAGE.
- Proshansky, Harold M., Abbe K. Fabian & Robert Kaminoff (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3 (1), 57-83. DOI/URL: [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(83\)80021-8](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(83)80021-8)
- Proust, Marcel (1992). *In search of lost time*. Londres: Chatto & Windus.
- Pugalis, Lee (2009). A Conceptual and Analytical Framework for Interpreting the Spatiality of Social Life. *FORUM Ejournal* (9), 77-98. Recuperado de: [http://research.ncl.ac.uk/forum/v9i1/Papers/Pugalis%20\(2009\)%20Interpreting%20the%20Spatiality%20of%20Social%20Life.pdf](http://research.ncl.ac.uk/forum/v9i1/Papers/Pugalis%20(2009)%20Interpreting%20the%20Spatiality%20of%20Social%20Life.pdf)
- Putnam, Robert D. (2000). *Bowling alone : the collapse and revival of American community*. Nova Iorque: Simon & Schuster.
- Pylyshyn, Zenon W. (2007). *Things and places : how the mind connects with the world*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Qiu, Jack Linchuan (2009). *Working-class network society : communication technology and the information have-less in urban China*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Queiró, João Filipe (2009, Abril). *A Demanda do Centro de Portugal*. *Gazeta de Matemática* (157), 7-12. Recuperado de: <http://gazeta.spm.pt/fichaartigo?id=229>
- Raento, Mika, Antti Oulasvirta & Nathan Eagle (2009). Smartphones. *An Emerging Tool for Social Scientists*. *Sociological Methods & Research*, 37 (3), 426-454. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0049124108330005>

- Raessens, Joost (2006). Playful Identities, or the Ludification of Culture. *Games and Culture*, 1 (1), 52-57. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1555412005281779>
- Ragin, Charles C. (1987). *The comparative method : moving beyond qualitative and quantitative strategies*. Berkeley: University of California Press.
- Ragin, Charles C. & Howard Saul Becker (1992). *What is a case? : exploring the foundations of social inquiry*. Cambridge England ; Nova Iorque, NY, USA: Cambridge University Press.
- Raimundo, Orlando (2015). *António Ferro. O Inventor do Salazarismo*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Rainie, Harrison & Barry Wellman (2012). *Networked : the new social operating system*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Ramonet, Ignacio (1998). *Geopolitics of chaos*. Nova Iorque: Algora Pub.
- Ratner, Carl (2008). Subjectivism. In Given (Ed.), *The Sage encyclopedia of qualitative research methods* (pp. 839-842). Los Angeles, Calif.: SAGE Publications.
- Reed-Danahay, Deborah (2005). *Locating Bourdieu*. Bloomington: Indiana University Press.
- Reich, Robert B. (1992). *The work of nations : preparing ourselves for 21st century capitalism*. Nova Iorque: Vintage Books.
- Relph, E. C. (1976). *Place and placelessness*. Londres: Pion.
- Resnick, Mitchel (1996). Distributed constructionism. *Comunicação integrada em Proceedings of the 1996 international conference on Learning sciences*, Evanston, Illinois. Recuperado de: <http://ilk.media.mit.edu/papers/Distrib-Construc.html>
- Resnick, Paul (2002). Beyond Bowling Together: SocioTechnical Capital HCI in the new millenium (pp. 247-272): Addison-Wesley.
- Rettie, Ruth (2009). Mobile Phone Communication: Extending Goffman to Mediated Interaction. *Sociology*, 43 (3), 421-438. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0038038509103197>
- Rheingold, Howard (1993). *The Virtual Community* Recuperado de: <http://www.rheingold.com/vc/book/>
- Rheingold, Howard (2012). *Net smart : how to thrive online*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Richardson, Ingrid (2007). Pocket Technospaces: the Bodily Incorporation of Mobile Media. *Continuum*, 21 (2), 205-215. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/10304310701269057>
- Richardson, Ingrid (2011). The hybrid ontology of mobile gaming. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17 (4), 419-430. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1354856511414797>
- Richardson, Ingrid (2012). Touching the Screen. A Phenomenology of Mobile Gaming and the iPhone. In Hjorth, Burgess & Richardson (Ed.s), *Studying mobile media : cultural technologies, mobile communication, and the iPhone* (pp. 133-151). Nova Iorque, NY: Routledge.
- Ricoeur, Paul (1984). *Temps et Recit: Tome 2, La configuration du temps dans le récit de fiction*. Paris: Éditions du Seuil.
- Ricoeur, Paul (1994). *Oneself as another* (Paperback ed.). Chicago ; Londres: University of Chicago Press.
- Rifkin, Jeremy (2000). *The age of access : the new culture of hypercapitalism, where all of life is a paid-for experience*. Nova Iorque: J.P. Tarcher/Putnam.
- Rifkin, Jeremy (2014). *La nouvelle société du coût marginal zéro. L'internet des objets, l'émergence des communaux collaboratifs et l'éclipse du capitalisme*. Paris: Éditions Les Liens qui Libèrent.
- Riley, Michael (2014, Apr 12). NSA Said to Exploit Heartbleed Bug for Intelligence for Years. *Bloomberg News*. Recuperado de: <http://www.bloomberg.com/news/2014-04-11/nsa-said-to-have-used-heartbleed-bug-exposing-consumers.html>
- Ritzer, George (1993). *The McDonaldisation of society : an investigation into the changing character of contemporary social life*. Newbury Park, Calif.: Pine Forge Press.
- Ritzer, George (1999). *Enchanting a disenchanted world : revolutionizing the means of consumption*. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press.
- Ritzer, George (2004). *The globalization of nothing*. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press.
- Ritzer, George (2005a). *Enchanting a disenchanted world : revolutionizing the means of consumption* (2ª ed.). Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press.
- Ritzer, George (2005b). *Encyclopedia of social theory*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Ritzer, George (2007a). *The Blackwell companion to globalization*. Malden, MA ; Oxford: Blackwell Pub.
- Ritzer, George (2007b). *The Blackwell encyclopedia of sociology*. Malden, MA: Blackwell Pub.
- Ritzer, George (2010a). *Enchanting a disenchanted world : continuity and change in the cathedrals of consumption* (3ª ed.). Los Angeles: SAGE.
- Ritzer, George (2010b). Focusing on the Prosumer: On Correcting an Error in the History of Social Theory. Recuperado de: <http://georgeritzer.com/docs/Focusing%20on%20the%20Prosumer.pdf>
- Ritzer, George (2010c). *Globalization : a basic text*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Ritzer, George (2010d). *McDonaldisation : the reader* (3ª ed.). Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press.
- Ritzer, George (2011). *Globalization : the essentials*. Chichester, West Sussex ; Malden, MA: Wiley-Blackwell.



- Ritzer, George & Douglas J. Goodman (2004). *Sociological theory* (6<sup>a</sup> ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Ritzer, George & Nathan Jurgenson (2012). Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital "Prosumer". Recuperado de: <http://georgeritzer.com/docs/Production%20Consumption%20Prosumption.pdf>
- Ritzer, George & Barry Smart (2003). *Handbook of social theory*. Londres: SAGE.
- Rivoltella, P. C. (2008). *Digital literacy : tools and methodologies for information society*. Hershey PA: IRM Press.
- Robertson, Roland (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. In Featherstone, Lash & Robertson (Ed.s), *Global modernities* (pp. 24-43). Londres: SAGE.
- Robins, Kevin & Frank Webster (1999). *Times of the technoculture : from the information society to the virtual life*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Rogers, Everett (1983). *Difussion of Innovations* (3<sup>a</sup> ed.): Free Press.
- Rogers, Yvonne (1997). A brief introduction to distributed cognition. Recuperado de: <http://mcs.open.ac.uk/yr258/papers/dcog/dcog-brief-intro.pdf>
- Rojek, Chris (1993). *Ways of escape : modern transformations in leisure and travel*. Basingstoke: Macmillan.
- Rojek, Chris (1995). *Decentring leisure : rethinking leisure theory*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- Rojek, Chris (2005). *Leisure theory : principles and practices*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Rojek, Chris (2010). *The labour of leisure : the culture of free time*. Los Angeles ; Londres: SAGE Publications.
- Rojek, Chris, Susan M. Shaw & Anthony James Veal (2006). *A handbook of leisure studies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Rojek, Chris & John Urry (1997). *Touring cultures : transformations of travel and theory*. Londres: Routledge.
- Romaní, Cristóbal Cobo & Hugo Pardo Kuklinski (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia Colectiva o Medios Fast Food*. Recuperado de: <http://www.planetaweb2.net/>
- Romm-Livermore, Celia (2012). *Gender and social computing : interactions, differences, and relationships*. Hershey, PA: Information Science Reference.
- Ronchi, Alfredo M. (2008). *eCulture : cultural content in the digital age*. Berlim ; Nova Iorque: Springer.
- Roper, C. A. (2014). *Trade secret theft, industrial espionage, and the China threat*. Boca Raton: CRC Press.
- Rosanvallon, Pierre (1992). *La crise de l'État-providence*. Paris: Éd. du Seuil.
- Rose, Nikolas S. (1990). *Governing the soul : the shaping of the private self*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Rosengren, Karl Erik (1994). *Media effects and beyond : culture, socialization and lifestyles*. Londres: Routledge.
- Rymarczuk, Robin & Maarten Derksen (2014). Different spaces: Exploring Facebook as heterotopia. Recuperado de: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/5006/4091>
- Sacks, Harvey & Gail Jefferson (1992). *Lectures on conversation*. Oxford, UK ; Cambridge, Mass.: Blackwell.
- Saco, Diana (2002). *Cybering democracy : public space and the Internet*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Sagan, Carl (1995). *The demon-haunted world : science as a candle in the dark*. Nova Iorque: Random House.
- Salomon, Gavriel (1994). *Interaction of media, cognition, and learning*. Hillsdale, N.J.: L. Erlbaum Associates.
- Salt, Simon (2011). *Social location marketing : outshining your competitors on Foursquare, Gowalla, Yelp & other location sharing sites*. Indianapolis, Ind.: Que.
- Salthouse, Timothy A. (2010). *Major issues in cognitive aging*. Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Saussure, Ferdinand de (1997). *Deuxième cours de linguistique generale (1908-1909) : d'après les cahiers d'Albert Riedlinger et Charles Patois*. Oxford England ; Nova Iorque: Pergamon.
- Sayer, R. Andrew (2000). *Realism and social science*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Sayer, R. Andrew (2005). *The moral significance of class*. Cambridge ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Sayer, R. Andrew (2010). Reflexivity and the habitus. In Archer (Ed.), *Conversations about reflexivity* (pp. 108-122). Abingdon, Oxon ; Nova Iorque, NY: Routledge.
- Sayers, Sean (1987). The need to work. *Radical philosophy* (46), 17-26.
- Sayers, Sean (2005). Why work? Marx and human nature. *Science & Society*, 606-616.
- Scannell, Paddy (1996). *Radio, television, and modern life : a phenomenological approach*. Oxford, UK ; Cambridge, Mass., USA: Blackwell.
- Scellato, Salvatore, Renaud Lambiotte, Anastasios Noulas, *et al.* (2011). Socio-spatial properties of online location-based social networks. *Comunicação integrada em Proceedings of ICWSM*. DOI/URL: <https://doi.org/10.1.1.226.2476>
- Scharl, Arno & K. Tochtermann (2007). *The geospatial web : how geobrowsers, social software, and the Web 2.0 are shaping the network society*. Londres: Springer.
- Schiller, Dan (1996). *Theorizing communication : a history*. Nova Iorque ; Oxford: Oxford University Press.
- Schirato, Tony & Jen Webb (2003). *Understanding globalization*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- Schmalenbach, H., G. Luschen & G.P. Stone (1977). *Herman Schmalenbach on Society and Experience:*

- University of Chicago Press.
- Schneier, Bruce (2017, 27 de Abril). Who Is Publishing NSA and CIA Secrets, and Why? Schneier on Security. Recuperado de: [https://www.schneier.com/essays/archives/2017/04/who\\_is\\_publishing\\_ns.html](https://www.schneier.com/essays/archives/2017/04/who_is_publishing_ns.html)
- Schulze, Gerhard (1992). Die Erlebnisgesellschaft Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main: Campus.
- Schutz, Alfred (1967). The phenomenology of the social world. Evanston, Ill.: Northwestern University Press.
- Schwartz, Raz & Germaine R Haleboua (2014). The spatial self: Location-based identity performance on social media. *New Media & Society*, 17 (10), 1643-1660. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1461444814531364>
- Scolari, Carlos Alberto, Juan Miguel Aguado & Claudio Feijóo (2012). Mobile Media: Towards a Definition and Taxonomy of Contents and Applications. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 6 (2), 29-38. DOI/URL: <https://doi.org/10.3991/ijim.v6i2.1880>
- Scott, John (2001). Power. Cambridge: Polity.
- Scott, John (2006). Social theory : central issues in sociology. Londres Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- Scott, John (2011). Conceptualising the social world : principles of sociological analysis. Cambridge ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Scott, John & Gordon Marshall (2009). A dictionary of sociology (3<sup>a</sup> ed.). Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press.
- Scranton, S. (2007). Leisure. In Ritzer (Ed.), *The Blackwell encyclopedia of sociology* (pp. 2588-2592). Malden, MA ; Oxford: Blackwell Pub.
- Seabright, Paul (2010). *The company of strangers : a natural history of economic life* (2<sup>a</sup> ed.). Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Seamon, David (2014). Physical and Virtual Environments: Meaning of Place and Space. In Willard & Schell (Ed.s), *Willard & Spackman's occupational therapy* (12<sup>a</sup> ed.). Philadelphia: Wolters Kluwer Health/Lippincott Williams & Wilkins.
- Seigel, Jerrold E. (2005). *The idea of the self : thought and experience in western Europe since the seventeenth century*. Nova Iorque ; Cambridge: Cambridge University Press.
- Sennett, Richard (2000). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Editorial Anagrama. (Reimp. 2005).
- Sennett, Richard (2006). *The culture of the new capitalism*. New Haven ; Londres: Yale University Press.
- Sereno, Amparo (2014). El nuevo mapa marítimo de Portugal y el caso de las Islas Salvajes. *Revista Electrónica de Estudios Internacionales* (28). DOI/URL: <https://doi.org/10.17103/reei.28.01>
- Shankar, P., Huang Yun-Wu, P. Castro, *et al.* (2012, 19-23 March 2012). Crowds replace experts: Building better location-based services using mobile social network interactions. *Comunicação integrada em Pervasive Computing and Communications (PerCom)*, 2012 IEEE International Conference on. DOI/URL: <https://doi.org/10.1109/PerCom.2012.6199845>
- Shannon, Claude Elwood & Warren Weaver (1964). *The mathematical theory of communication* (10<sup>a</sup> ed.). Urbana.: University of Illinois Press.
- Sheller, M. & J. Urry (2006). The new mobilities paradigm. *Environment and Planning A*, 38 (2), 207-226. Recuperado de: <http://www.envplan.com/abstract.cgi?id=a37268>
- Sherman, Erik B. (2004). *Geocaching : hike and seek with your GPS*. Berkeley, CA: Apress.
- Shields, Rob (1988). *Images of Spaces and Places: A Comparative Study*: University of Sussex.
- Shields, Rob (1991). *Places on the margin : alternative geographies of modernity*. Londres: Routledge.
- Shields, Rob (1992). *Lifestyle shopping : the subject of consumption*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Shields, Rob (1999). *Lefebvre, love and struggle : spatial dialectics*. Londres: Routledge.
- Shields, Rob (2003). *The virtual*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Shields, Rob (2006a). Knowing Space. *Theory, Culture & Society*, 23 (2-3), 147-149. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/026327640602300223>
- Shields, Rob (2006b). Virtualities. *Theory, Culture & Society*, 23 (2-3), 284-286. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/026327640602300239>
- Shilling, Chris (2005). *The body in culture, technology and society*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Shrum, L. J. (2004). *The psychology of entertainment media : blurring the lines between entertainment and persuasion*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Siemens, G. (2004). *Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age*. Recuperado de: <http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm>
- Siemens, George (2008a). New structures and spaces of learning: The systemic impact of connective knowledge, connectivism, and networked learning. *Comunicação apresentada em Encontro sobre Web 2.0, Universidade do Minho, Braga, Portugal*. Recuperado de: [http://elearnspace.org/Articles/systemic\\_impact.htm](http://elearnspace.org/Articles/systemic_impact.htm)
- Siemens, George (2008b). What is the unique idea in Connectivism? *Connectivism*. Recuperado de: <http://www.connectivism.ca/?p=116>

- Siemens, George & Peter Tittenberger (2009). Handbook of Emerging Technologies for Learning. Recuperado de: [http://ltc.umanitoba.ca/wikis/etl/index.php/Handbook of Emerging Technologies for Learning](http://ltc.umanitoba.ca/wikis/etl/index.php/Handbook_of_Emerging_Technologies_for_Learning)
- Silva, Adriana de Souza e (2006). From Cyber to Hybrid: Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces. *Space and Culture*, 9 (3), 261-278. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1206331206289022>
- Silva, Adriana de Souza e & Jordan Frith (2012). *Mobile interfaces in public spaces : locational privacy, control, and urban sociability*. Londres: Routledge.
- Silva, Adriana de Souza e & Larissa Hjorth (2009). Playful Urban Spaces: A Historical Approach to Mobile Games. *Simulation & Gaming*, 40 (5), 602-625. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1046878109333723>
- Silva, Adriana de Souza e & Mimi Sheller (2015). *Mobility and locative media : mobile communication in hybrid spaces*. Londres: Routledge.
- Silver, David (2000). Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990-2000. In Gauntlett (Ed.), *Web.studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*: Oxford University Press. Recuperado de: <http://rccs.usfca.edu/intro.asp>
- Silverman, David & Amir B. Marvasti (2008). *Doing qualitative research : a comprehensive guide*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Silverman, Jacob (2015). *Terms of service : social media and the price of constant connection*. Nova Iorque, NY: Harper, an imprint of Harper Collins Publishers.
- Silverstone, Roger (1999). *Why study the media?* Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Silverstone, Roger (2005). *Media, technology, and everyday life in Europe : from information to communication*. Aldershot, Hants, England ; Burlington, VT: Ashgate.
- Silverstone, Roger & Leslie Haddon (1996). Design and the domestication of information and communication technologies: technical change and everyday life. In Mansell & Silverstone (Ed.s), *Communication by design : the politics of communication and information technologies* (pp. 44-74). Oxford: Oxford University Press. Recuperado de: <http://eprints.lse.ac.uk/64821/>
- Silverstone, Roger & Eric Hirsch (1992). *Consuming technologies : media and information in domestic spaces*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Simmel, Georg (1903). *The Metropolis and Mental Life*. Recuperado de: <http://isites.harvard.edu/fs/docs/icb.topic1412058.files/Introduction/SimmelMetropolis.pdf>
- Simmel, Georg (1906). The Sociology of Secrecy and of Secret Societies. *American Journal of Sociology*, 11 (4), 441-498. DOI/URL: <https://doi.org/10.2307/2762562>
- Simmel, Georg (1909). The Problem of Sociology. *American Journal of Sociology*, 15 (3), 289-320. DOI/URL: <https://doi.org/10.2307/2762513>
- Simmel, Georg (1949). The Sociology of Sociability. *American Journal of Sociology*, 55 (3), 254-261. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/2771136>
- Simmel, Georg (1971). *On individuality and social forms : selected writings*. Chicago: University of Chicago Press.
- Simmel, Georg (2004). *The philosophy of money* (3ª ed.). Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Simonsen, Kirsten (2005). Bodies, Sensations, Space and Time: The Contribution from Henri Lefebvre. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 87 (1), 1-14. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.0435-3684.2005.00174.x>
- Simonsen, Kirsten (2008). Place as Encounters: Practice, Conjunction and Co-existence. In Granås & Bærenholdt (Ed.s), *Mobility and place : enacting Northern European peripheries* (pp. 13-25). Aldershot: Ashgate.
- Slade, Giles (2006). *Made to break : technology and obsolescence in America*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Smelser, Neil J. (1998). *The social edges of psychoanalysis*. Berkeley, Calif. ; Londres: University of California Press.
- Smelser, Neil J. & Paul B. Baltes (2001). *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (1ª ed.). Amsterdão ; Nova Iorque: Elsevier.
- Smith, Adam (2007). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations* (New ed.). Petersfield: Harriman House.
- Smith, Adam & Knud Haakonssen (2002). *The theory of moral sentiments* (New ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Smith, Anthony (1980). *The geopolitics of information : how Western culture dominates the world*. Londres: Faber.
- Smith, Anthony D. (1991). *National identity*. Reno: University of Nevada Press.
- Smith, Merritt Roe & Leo Marx (1998). *Does technology drive history? : the dilemma of technological determinism*. Cambridge, Mass. ; Londres: MIT Press. (Reimp. 4ª).
- Smith, Neil (1990). *Uneven development : nature, capital and the production of space* (2ª ed.). Oxford: Basil Blackwell.
- Snyder, C. R. & Shane J. Lopez (2002). *Handbook of positive psychology*. Oxford: Oxford University Press.

- Soja, Edward W. (1989). *Postmodern geographies : the reassertion of space in critical social theory*. Londres ; Nova Iorque: Verso.
- Soja, Edward W. (1996). *Thirdspace : journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. Cambridge, Mass.: Blackwell.
- Soja, Edward W. (2008). *Postmetrópolis. Estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Sontag, Susan (2005). *On photography*. Nova Iorque: RosettaBooks LLC.
- Sparrow, Betsy, Jenny Liu & Daniel M. Wegner (2011). Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips. *Science*, 333 (6043), 776-778. DOI/URL: <https://doi.org/10.1126/science.1207745>
- Staiger, Janet & Sabine Hake (2009). *Convergence media history*. Nova Iorque: Routledge.
- Stake, Robert E. (2010). *Qualitative research : studying how things work*. Nova Iorque: Guilford Press.
- Standage, Tom (1998). *The Victorian Internet : the remarkable story of the telegraph and the nineteenth century's on-line pioneers*. Nova Iorque: Walker and Co.
- Stearns, Peter N. (2001). *Encyclopedia of European social history from 1350 to 2000*. Nova Iorque: Scribner.
- Stebbins, Robert A. (1992). *Amateurs, professionals and serious leisure*. Montreal [Que.]: McGill-Queen's University Press. Recuperado de: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/concordiaab-ebooks/detail.action?docID=3331210>
- Stebbins, Robert A. (1997). Lifestyle as a generic concept in ethnographic research. *Quality and Quantity*, 31 (4), 347-360. DOI/URL: <https://doi.org/10.1023/A:1004285831689>
- Stebbins, Robert A. (2015). *Leisure and the motive to volunteer : theories of serious, casual, and project-based leisure*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire ; Nova Iorque, NY: Palgrave Macmillan.
- Stets, Jan E. & Jonathan H. Turner (2006). *Handbook of the sociology of emotions*. Nova Iorque, NY: Springer.
- Stets, Jan E. & Jonathan H. Turner (2014). *Handbook of the sociology of emotions*. Vol. II. Nova Iorque, NY: Springer.
- Stoetzer, Sergej (2008). *Space Thinks? Sociological concepts of space*. Lecture. Berlim. Recuperado de: [http://www.space-thinks.de/wp-content/uploads/2008/06/theorie\\_stoelzel\\_e.pdf](http://www.space-thinks.de/wp-content/uploads/2008/06/theorie_stoelzel_e.pdf)
- Strate, Lance (2004). *A Media Ecology Review*. *Communication Research Trends*, 23(2). Recuperado de: [http://cscs.scu.edu/trends/v23/v23\\_2.pdf](http://cscs.scu.edu/trends/v23/v23_2.pdf)
- Stuart, Colin (2015, Novembro). *Can we build a base on the Moon?* *BBC Focus* (287), 61-67.
- Subtil, Filipa Brito (2006). *A comunicação entre a utopia e a tecnocracia: para uma fundamentação teórica das tecnologias da informação*. *Análise Social*, 1075-1093. Recuperado de: [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0003-25732006000400006&nrm=iso](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0003-25732006000400006&nrm=iso)
- Subtil, Filipa Brito (2014a). *A abordagem cultural da Comunicação de James W. Carey*. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 37 (1), 19-44. DOI/URL: <https://doi.org/0.1590/S1809-58442014000100002>
- Subtil, Filipa Brito (2014b). *Du télégraphe à internet: enjeux politiques liés aux technologies de l'information*. In Proulx, Garcia & Heaton (Ed.s), *La contribution en ligne : Pratiques participatives à l'ère du capitalisme informationnel* (pp. 115-125). Québec: Preses de l'Université du Québec.
- Sui, Daniel Z., Sarah Elwood & Michael F. Goodchild (2013). *Crowdsourcing geographic knowledge : volunteered geographic information (VGI) in theory and practice*. Dordrecht ; Nova Iorque: Springer. DOI/URL: <https://doi.org/10.4007/978-94007-4587-2>
- Susen, Simon & Bryan S. Turner (2011). *The legacy of Pierre Bourdieu : critical essays*. Londres ; Nova Iorque: Anthem Press.
- Sutton-Smith, Brian (1997). *The ambiguity of play*. Cambridge, Mass. ; Londres: Harvard University Press.
- Svendsen, Gert Tinggaard & Gunnar Lind Haase Svendsen (2009). *Handbook of social capital : the troika of sociology, political science, and economics*. Cheltenham, Glos, UK ; Northampton, MA: Edward Elgar.
- Swartz, David (1997). *Culture & power : the sociology of Pierre Bourdieu*. Chicago ; Londres: University of Chicago Press.
- Swartz, David L. & Vera L. Zolberg (2004). *After Bourdieu : influence, critique, elaboration*. Dordrecht: Kluwer.
- Tapscott, Don & Anthony D. Williams (2007). *Wikinomics : how mass collaboration changes everything*. Londres: Atlantic Books.
- Tarantino, Matteo (2014). *Maps of Attractions and Conflicts: Some Implications of Socially Networked Spatial Annotation for Socio-Spatial Production Processes*. In Katz (Ed.), *Living Inside Social Mobile Information* (pp. 193-216). Dayton: Greyden Press.
- Tarde, Gabriel (1890). *Les lois de l'imitation étude sociologique*. Paris: F. Alcan. Recuperado de: [http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde\\_gabriel/lois\\_imitation/lois\\_imitation.html](http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde_gabriel/lois_imitation/lois_imitation.html)
- Tarde, Gabriel (1901). *L' Opinion et la foule, par G. Tarde*. Paris: F. Alcan. Recuperado de: [http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde\\_gabriel/opinion\\_et\\_la\\_foule/opinion\\_et\\_foule.html](http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde_gabriel/opinion_et_la_foule/opinion_et_foule.html)
- Taylor, Charles (1992). *The ethics of authenticity*. Cambridge, Mass. ; Londres: Harvard University Press.

- Taylor, J. Kevin (2010). *Geocaching for schools and communities*. Champaign, Ill.: Human Kinetics.
- Teilhard de Chardin, Pierre (2008). *The phenomenon of man*. Nova Iorque: Harper Perennial Modern Classics.
- Telaar, Daniel, Antonio Krüger & Johannes Schäning (2014). A Large-Scale Quantitative Survey of the German Geocaching Community in 2007. *Advances in Human-Computer Interaction*, 2014, 11. DOI/URL: <https://doi.org/10.1155/2014/257815>
- Teles, V., A. Correia, C. Alves, *et al.* (2014). A valorização do património natural. Novas narrativas do turismo através do geocaching. Comunicação apresentada em XIV Colóquio Ibérico de Geografia, Braga. Recuperado de: [https://www.academia.edu/10391537/A\\_valoriza%C3%A7%C3%A3o\\_do\\_patrim%C3%B3nio\\_natural.\\_Novas\\_narrativas\\_do\\_turismo\\_atr%C3%A1ves\\_do\\_geocaching](https://www.academia.edu/10391537/A_valoriza%C3%A7%C3%A3o_do_patrim%C3%B3nio_natural._Novas_narrativas_do_turismo_atr%C3%A1ves_do_geocaching)
- Terranova, Tiziana (2004). *Network culture : politics for the information age*. Londres ; Ann Arbor, MI: Pluto Press.
- Thielmann, Tristan (2010). *Locative Media and Mediated Localities : An Introduction to Media Geography*. Spring, v (March 2010), 1-17. Recuperado de: [http://130.166.124.2/~aether/pdf/volume\\_05a/introduction.pdf](http://130.166.124.2/~aether/pdf/volume_05a/introduction.pdf)
- Thompson, Clive (2016). Rage Against the Machines. *Smithsonian*, 47 (9), 21-25.
- Thompson, E. P. (1971). *The Moral Economy of the English Crowd in the Eighteenth Century*. *Past & Present* (50), 76-136. DOI/URL: <https://doi.org/10.2307/650244>
- Thompson, John B. (1995). *The media and modernity : a social theory of the media*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Thrift, Nigel (1996). Chapter 7: Inhuman Geographies: Landscapes of Speed, Light and Power. In Cloke, Doel, Matless & N.Thrift (Eds.), *Writing the rural. Five cultural geographies*. Londres: SAGE Publications Ltd. Recuperado de: <http://sk.sagepub.com/books/spatial-formations>
- Thrift, Nigel (2005). *Knowing capitalism*. Londres: SAGE Publications.
- Thrift, Nigel & Shaun French (2002). The automatic production of space. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 27 (3), 309-335. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/1475-5661.00057>
- Throop, C. Jason & Keith M. Murphy (2002). Bourdieu and phenomenology: A critical assessment. *Anthropological Theory*, 2 (2), 185-207. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1469962002002002630>
- Thumim, N. (2012). *Self-Representation and Digital Culture*: Palgrave Macmillan.
- Thurlow, Crispin, Laura B. Lengel & Alice Tomic (2004). *Computer mediated communication : social interaction and the Internet*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Timmermans, Jeroen Hugo (2010). *Playing with Paradoxes. Identity in the web era*. Tese de Doutorado, Erasmus Universiteit Rotterdam, Roterdão. Recuperado de [http://repub.eur.nl/pub/21339/Playingwithparadoxes\\_definitief.pdf](http://repub.eur.nl/pub/21339/Playingwithparadoxes_definitief.pdf)
- Toal, Gerard, Simon Dalby & Paul Routledge (1998). *The geopolitics reader*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Toffler, Alvin (1980). *The third wave* (1ª ed.). Nova Iorque: Morrow.
- Tolmie, Peter & Mark Rouncefield (2013). *Ethnomethodology at play*. Farnham, Surrey ; Burlington: Ashgate.
- Tönnies, Ferdinand (2002). *Community and society = Gemeinschaft und Gesellschaft* (Loomis, Trad.). Mineola, N.Y.: Dover Publications.
- Toombs, Cody (2014). Google Maps Has Arrived At Its Destination, App Reaches 1 Billion Downloads. *Android Police*. Recuperado de: <http://www.androidpolice.com/2014/06/13/google-maps-has-arrived-at-its-destination-app-reaches-1-billion-downloads/>
- Topinka, Robert J. (2010). Foucault, Borges, Heterotopia: Producing Knowledge in Other Spaces. Recuperado de: <http://rauli.cbs.dk/index.php/foucault-studies/article/view/3059>
- Torche, Florencia & Eduardo Valenzuela (2011). Trust and reciprocity: A theoretical distinction of the sources of social capital. *European Journal of Social Theory*, 14 (2), 181-198. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1368431011403461>
- Torga, Miguel (1961). *Diário*. Vol. VII (2ª ed.). Coimbra: Edição de Autor.
- Trask, R. L. & Peter Stockwell (2007). *Language and linguistics : the key concepts* (2ª ed.). Abingdon England ; Nova Iorque: Routledge.
- Tuan, Yi-fu (1977). *Space and place : the perspective of experience* (8ª ed.). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Turcotte, Joseph F. & M. Len Ball (2013). All Transportation is Local: Mobile-Digital-Networked-Technologies and Networked Orientations. *Transfers*, 3 (1), 119-139. DOI/URL: <https://doi.org/10.3167/trans.2013.030109>
- Turkle, Sherry (1995). *Life on the screen : identity in the age of the Internet*. Nova Iorque: Simon & Schuster.
- Turkle, Sherry (2011a). *Alone together : why we expect more from technology and less from each other*. Nova Iorque: Basic Books.
- Turkle, Sherry (2011b). *Falling for science objects in mind*. Cambridge (Mass.): MIT press.
- Turkle, Sherry & Seymour Papert (1992). Epistemological Pluralism and the Revaluation of the Concrete. *Journal*

- of Mathematical Behavior, 11 (1), 3-33. Recuperado de: <http://www.eric.ed.gov/ERICWebPortal/detail?accno=EJ450644>
- Turner, Bryan S. (2006). *The Cambridge dictionary of sociology*. Cambridge England ; Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Turner, Bryan S. (2009). *The new Blackwell companion to social theory*. Chichester, West Sussex, United Kingdom ; Malden, MA, USA: Wiley-Blackwell.
- Turner, Bryan S. (2010a). *The Routledge international handbook of globalization studies*. Abingdon: Routledge.
- Turner, Jonathan H. (1988). *A theory of social interaction*. Stanford, Calif.: Stanford University Press.
- Turner, Jonathan H. (2001). *Handbook of sociological theory*. Nova Iorque: Kluwer Academic/Plenum Publishers.
- Turner, Jonathan H. (2007). *Human emotions : a sociological theory*. Milton Park, Abingdon, Oxon ; Nova Iorque: Routledge.
- Turner, Jonathan H. (2010b). *Theoretical Principles of Sociology, Vol. 1: Macrodynamics*. Nova Iorque: Springer.
- Turner, Jonathan H. (2010c). *Theoretical Principles of Sociology, Vol. 2: Microdynamics*. Nova Iorque: Springer.
- Turner, Jonathan H. (2012). *Theoretical Principles of Sociology, Vol. 3: Mesodynamics*. Nova Iorque: Springer.
- Turner, Phil, Susan Turner & Elisabeth Davenport (2009). *Exploration of space, technology, and spatiality : interdisciplinary perspectives*. Hershey PA: Information Science Reference.
- Turner, Victor W. (1969). *The ritual process: structure and anti-structure*. Londres,: Routledge & K. Paul.
- Turow, Joseph & Lokman Tsui (2008). *The hyperlinked society : questioning connections in the digital age*. Ann Arbor: University of Michigan Press : University of Michigan Library.
- Twenge, Jean M. & W. Keith Campbell (2009). *The narcissism epidemic : living in the age of entitlement (1ª Free Press hardcover ed.)*. Nova Iorque: Free Press.
- Twigger-Ross, Clare L. & David L. Uzzell (1996). Place and identity processes. *Journal of Environmental Psychology*, 16 (3), 205-220. DOI/URL: <https://doi.org/10.1006/jevp.1996.0017>
- Tyson, Neil deGrasse (2012, Março/Abril). The Case for Space. Why We Should Keep Reaching for the Stars. *Foreign Affairs*, 91 (2), 22-33.
- Urry, John (1995). *Consuming places*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Urry, John (2000). *Sociology beyond societies : mobilities for the twenty-first century*. Londres: Routledge.
- Urry, John (2002a). *Mobility and Proximity*. *Sociology*, 36 (2), 255-274. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0038038502036002002>
- Urry, John (2002b). *The tourist gaze (2ª ed.)*. Londres ; Thousand Oaks, Calif.: SAGE Publications.
- Urry, John (2003a). *Global complexity*. Malden, MA: Polity.
- Urry, John (2003b). Social networks, travel and talk. *The British Journal of Sociology*, 54 (2), 155-175. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/0007131032000080186>
- Urry, John (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity.
- Urry, John & Jonas Larsen (2011). *The tourist gaze 3.0 (3ª ed.)*. Los Angeles: SAGE.
- Uteng, Tanu Priya & Tim Cresswell (2008). *Gendered mobilities*. Aldershot: Ashgate.
- Vaidhyathan, Siva (2011). *The Googlization of everything : (and why we should worry)*. Berkeley, Calif.: University of California Press.
- Valentim, Hugo Duarte (2009). *Para uma Compreensão do Mobile Learning. Reflexão sobre a utilidade das tecnologias móveis na aprendizagem informal e para a construção de ambientes pessoais de aprendizagem*. Mestrado em Gestão de Sistemas de e-Learning, Universidade Nova de Lisboa-FCSH, Lisboa. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10362/3123>
- Van Krieken, Robert (1998). *Norbert Elias*. Londres: Routledge.
- Veak, Tyler J. (2006). *Democratizing technology : Andrew Feenberg's critical theory of technology*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Veblen, Thorstein (2007). *The theory of the leisure class*. Oxford ; Nova Iorque: Oxford University Press Inc.
- Venn, Couze & Mike Featherstone (2006). Modernity. *Theory, Culture & Society*, 23 (2-3), 457-465. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0263276406064829>
- Viana, Juliana Alencar (2011). A mobilidade como aventura na cidade: Jogos baseados em geolocalização (gps) e apropriação urbana. *Movimento (ESEF/UFRGS)*; v. 17, n. 1, jan./mar. 2011. Recuperado de: <http://seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/18451>
- Vie, Science et (2016, Setembro). 10 Rêves d'Espace. *Science et Vie (Hors Série, N° 276)*.
- Virilio, Paul (1993). *The Third Interval: A Critical Transition*. In Conley (Ed.), *Rethinking technologies* (pp. 3-12). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Virilio, Paul (1994). *The vision machine*. Bloomington, Londres: Indiana University Press; British Film Institute.
- Virilio, Paul (1997). *El Ciber mundo, la política de lo peor*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Virilio, Paul (2000). *The information bomb*. Londres: Verso.
- Virno, Paolo (2004). *A grammar of the multitude : for an analysis of contemporary forms of life*. Los Angeles, CA: Semiotext (e).
- Vygotsky, Lev Semenovich (1999). *A formação social da mente o desenvolvimento dos processos psicológicos*

- superiores. São Paulo: Martins Fontes.
- Vygotsky, Lev Semenovich (2001). *Pensamento e Linguagem*. s.l. (Brasil):Ridendo Mores Castigat: Recuperado de: <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/vigo.html>
- Wagner, Peter (2001). *Modernity: One or Many?* In Blau (Ed.), *Blackwell companions to sociology* (pp. xxii, 610p). Oxford: Blackwell.
- Wajcman, Judy (1991). *Feminism confronts technology*. Cambridge: Polity Press.
- Wajcman, Judy (2008). *Life in the fast lane? Towards a sociology of technology and time*. *Br J Sociol*, 59 (1), 59-77. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2007.00182.x>
- Wallerstein, Immanuel Maurice (1991). *Geopolitics and geoculture : essays on the changing world-system*. Cambridge: Cambridge University Press
- Walther, Joseph B. (1996). *Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction*. *Communication Research*, 23 (1), 3-43. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>
- Walther, Joseph B. & Jeong-woo Jang (2012). *Communication Processes in Participatory Websites*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18 (1), 2-15. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01592.x>
- Walther, Joseph B., Yuhua Liang, Tina Ganster, *et al.* (2012). *Online Reviews, Helpfulness Ratings, and Consumer Attitudes: An Extension of Congruity Theory to Multiple Sources in Web 2.0*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18 (1), 97-112. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01595.x>
- Warde, Alan (1997). *Consumption, food and taste : culinary antinomies and commodity culture*. Londres: SAGE.
- Warde, Alan (2016). *The practice of eating*. Cambridge: Polity Press.
- Warde, Alan & Lydia Martens (2000). *Eating out : social differentiation, consumption, and pleasure*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Warde, Alan, David Wright & Modesto Gayo-Cal (2007). *Understanding Cultural Omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore*. *Cultural Sociology*, 1 (2), 143-164. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/1749975507078185>
- Warf, Barney & Santa Arias (2009). *The spatial turn : interdisciplinary perspectives*. Londres: Routledge.
- Wasko, Janet, Graham Murdock & Helena Sousa (2011). *The handbook of political economy of communications*. Chichester, West Sussex ; Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Waters, Malcolm (1996). *Daniel Bell*. Londres: Routledge.
- Watson, Richard (2009). *Fixed/mobile convergence and beyond : unbounded mobile communications*. Amesterdão ; Boston: Elsevier / Newnes.
- Watts, Duncan J. (2003). *Six degrees : the science of a connected age*. Londres: Heinemann.
- Weber, Max (1978). *Economy and society : an outline of interpretive sociology*. Berkeley: University of California Press.
- Weber, Max (2001). *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*. Londres: Routledge.
- Webster, Frank (2002). *Theories of the Information Society*. Londres: Routledge.
- Webster, Frank (2004). *The Information Society Reader*. Londres: Routledge.
- Webster, Frank (2005a). *Making sense of the information age*. *Sociology and Cultural Studies*. *Information, Communication & Society*, 8 (4), 439-458. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/13691180500418212>
- Webster, Frank (2005b). *Reply to critics*. *Information, Communication & Society*, 8 (4), 477-481. DOI/URL: <https://doi.org/10.1080/13691180500418329>
- Wellman, Barry (1999). *Networks in the global village : life in contemporary communities*. Boulder, Colo. ; Oxford: Westview Press.
- Wellman, Barry (2001). *Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking*. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25 (2), 227-252. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00309>
- Wellman, Barry (2002). *Little Boxes, Glocalization, and Networked Individualism*. In Tanabe, van den Besselaar & Ishida (Ed.s), *Digital Cities II: Computational and Sociological Approaches* (Vol. 2362, pp. 10-25): Springer Berlin Heidelberg. Recuperado de: [http://dx.doi.org/10.1007/3-540-45636-8\\_2](http://dx.doi.org/10.1007/3-540-45636-8_2)
- Wernick, Andrew (2001). *Auguste Comte and the religion of humanity : the post-theistic program of French social theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wertheim, Margaret (1999). *The pearly gates of cyberspace : a history of space from Dante to the Internet*. Londres: Virago.
- West-Pavlov, Russell (2009). *Space in theory : Kristeva, Foucault, Deleuze*. Amesterdão: Rodopi.
- West, Richard L. & Lynn H. Turner (2010). *Introducing communication theory : analysis and application* (4<sup>a</sup> ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Whitehead, John (2014). *Orwell's Nightmare: The NSA and Google — Big Brother Meets Big Business*. *Huffington Post*. Recuperado de: [http://www.huffingtonpost.com/john-w-whitehead/orwells-nightmare-the-nsa\\_b\\_5310171.html](http://www.huffingtonpost.com/john-w-whitehead/orwells-nightmare-the-nsa_b_5310171.html)

- Whitrow, G. J. (1988). *Time in history : views of time from prehistory to the present day*. Oxford: Oxford University Press.
- Wiener, Norbert (1985). *Cybernetics; or, Control and communication in the animal and the machine* (2<sup>a</sup> ed.). Cambridge, Mass.: M.I.T. Press. (Reimp. 4<sup>a</sup>).
- Wiley, Norbert (1994). *The semiotic self*. Chicago: University of Chicago Press.
- Wilford, John Noble (2013). *The World as They Knew It. The Legacy of Greco-Roman Mapmaking*. *The New York Times*. Recuperado de: [http://www.nytimes.com/2013/10/01/science/legacy-of-greco-roman-mapmaking.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2013/10/01/science/legacy-of-greco-roman-mapmaking.html?_r=0)
- Wilken, Rowan (2014a). *The mobile story : narrative practices with locative technologies*. In Farman (Ed.), *The mobile story : narrative practices with locative technologies* (pp. 175-191). Nova Iorque: Routledge.
- Wilken, Rowan (2014b). *Teletechnologies, Place, and Community*: Taylor & Francis.
- Wilken, Rowan & Gerard Goggin (Ed.s) (2012). *Mobile technology and place* Nova Iorque: Routledge.
- Williams, Dmitri (2006). On and Off the 'Net: Scales for Social Capital in an Online Era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11 (2), 593-628. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00029.x>
- Williams, Kevin (2003). *Understanding Media Theory*. Londres: Arnold.
- Williams, Raymond (1958). *Culture and society, 1780-1950*. Nova Iorque,: Columbia University Press.
- Williams, Raymond (1965). *The long revolution*. Harmondsworth, Middlesex, England: Penguin Books.
- Wilson, Andrew (2011). *The Regressive Imagery Dictionary: A test of its concurrent validity in English, German, Latin, and Portuguese*. *Literary and Linguistic Computing*, 26 (1), 125-135. DOI/URL: <https://doi.org/10.1093/lc/fqq028>
- Wilson, Tony (2009). *Understanding media users : from theory to practice*. Chichester ; Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Winget, Megan Alicia & William Aspray (2011). *Digital media : technological and social challenges of the interactive world*. Lanham, Md.: Scarecrow Press.
- Winner, Langdon (1986). *The whale and the reactor : a search for limits in an age of high technology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Winner, Langdon (2009). *Do Artifacts Have Politics?* In Johnson & Wetmore (Eds.), *Technology and society : building our sociotechnical future* (pp. 209-226). Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Winston, Brian (1998). *Media technology and society : a history : from the telegraph to the Internet*. Londres: Routledge.
- Wittel, Andreas (2001). *Toward a Network Sociality*. *Theory, Culture & Society*, 18 (6), 51-76. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/026327601018006003>
- Witze, Alexandra (2013, 11 de Novembro). *China aims for the Moon*. *Nature*, 503 (7477), 445-446.
- Wood, Denis, John Fels & John Krygier (2010). *Rethinking the power of maps*. Nova Iorque: Guilford Press.
- Wouters, Cas (1986). *Formalization and Informalization: Changing Tension Balances in Civilizing Processes*. *Theory, Culture & Society*, 3 (2), 1-18. DOI/URL: <https://doi.org/10.1177/0263276486003002002>
- Wroclawski, Serge (2014, 14 de Janeiro). *Why the world needs OpenStreetMap*. *The Guardian*. Recuperado de: <http://www.theguardian.com/technology/2014/jan/14/why-the-world-needs-openstreetmap>
- Wulff, Jim (2014, 11 de Julho). *What are the Top Ten Geocaching Countries?* *Cacheology*. Recuperado de: <http://www.cacheology.net/what-are-the-top-ten-geocaching-countries/>
- Wynne, Derek (1998). *Leisure, lifestyle, and the new middle class : a case study*. Londres ; Nova Iorque: Routledge.
- Xin, Hao (2011). *Chinese Academy Takes Space Under Its Wing*. *Science*, 322 (6032), 904. DOI/URL: <https://doi.org/10.1126/science.322.6032.904>
- Yin, Robert K. (2009). *Case study research : design and methods* (4<sup>a</sup> ed.). Los Angeles, Calif.: SAGE Publications.
- Young, M. (2003). *Durkheim, Vygotsky and the Curriculum of the Future*. *London Review of Education*, 1 (2), 18. Recuperado de: <http://www.scielo.br/pdf/cp/n117/15552.pdf>
- Young, Sherman (1998). *Of cyber spaces: the Internet & heterotopias*. *M/C: A Journal of Media and Culture*, 1 (4). Recuperado de: <http://www.uq.edu.au/mc/9811/hetero.php>
- Zecha, Stefanie (2012). *Geocaching, a tool to support environmental education!?!- An explorative study. [environmental education, geocaching, pupil, GPS]*. 2012, 1 (2). DOI/URL: <https://doi.org/10.5838/erej.2012.12.06177-188>
- Zerdick, Axel (2005). *E-merging media : communication and the media economy of the future*. Berlim ; Nova Iorque: Springer.
- Zieleniec, Andrzej Jan Leon (2007). *Space and social theory*. Los Angeles, Calif. ; Londres: SAGE Pub.
- Zillien, Nicole & Eszter Hargittai (2009). *Digital Distinction: Status-Specific Types of Internet Usage*. *Social Science Quarterly*, 90 (2), 274-291. DOI/URL: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6237.2009.00617.x>
- Zima, P. V. (2015). *Subjectivity and identity : between modernity and postmodernity*. Londres: Bloomsbury.
- Žižek, Slavoj (1994). *Mapping ideology*. Londres: Verso.



Žižek, Slavoj (2001). On belief. Londres ; Nova Iorque: Routledge.



Posicionando a localização. Um estudo do impacto da  
comunicação mediada na socialidade e no sentido de espaço

## ANEXOS

Hugo Duarte Valentim  
Tese elaborada para obtenção do grau de  
Doutor em Sociologia

Orientador:  
Prof. Doutor Gustavo Alberto Guerreiro Seabra Leitão Cardoso,  
Professor Catedrático (ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa)

Dezembro de 2017



## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO A SOBRE O ADVENTO DAS TECNOLOGIAS DE LOCALIZAÇÃO. ELUCIDAÇÃO.....</b>	<b>I</b>
A.1 Tecnodeterminismo e tecnocronia.....	I
A.2 Breve história, lugar, funcionamento e momentum dos sistemas de posicionamento global por satélite no ecossistema mediático.....	VI
A.3 A quem pode interessar a geolocalização?.....	XIV
<b>ANEXO B SOBRE A CONDIÇÃO INDIVIDUAL EM REDE. ELUCIDAÇÃO .....</b>	<b>XIX</b>
B.1 Posição, agência, acção e sujeição.....	XIX
B.2 Da contingência do <i>self</i> .....	XXI
B.3 <i>Self</i> e <i>status</i> . Dos bens como sistemas de informação .....	XXIV
<b>ANEXO C ELEGIA DO ALASCA. DA VIAGEM IMAGINADA E DA MITOGRAFIA DA AUTO-SUBSISTÊNCIA COMO ESCAPISMO E CORREIAS DE TRANSMISSÃO DA GAIOLA DE VIDRO. <i>UM ALÉM RECONFORTANTE</i> .....</b>	<b>XXXI</b>
<b>ANEXO D EVOLUÇÃO DO MERCADO MUNDIAL DOS JOGOS. ELEMENTOS .....</b>	<b>XL</b>
<b>ANEXO E DO GEOCACHING COMO PARADIGMA DE JOGO MÓVEL LOCATIVO. ELUCIDAÇÃO</b>	<b>XLII</b>
E.1 Geocaching. O que é que isso importa?.....	XLII
E.2 Geocaching. Em que é que isso consiste? Breve enquadramento histórico da actividade, relevância da sua produção e evolução em Portugal .....	XLVIII
<b>ANEXO F DA INCORPORAÇÃO DA LOCALIZAÇÃO NAS PRÁTICAS SOCIAIS E NO GEOCACHING EM PARTICULAR. PRECEDENTES E ÂNGULOS DO SEU ESTUDO NA LITERATURA .....</b>	<b>LVIII</b>
F.1 Perspectiva geográfica: marketing territorial e reconstituição do espaço urbano .....	LVIII
F.2 Perspectiva educativa: construir um conhecimento motivante, significativo e contextual .....	LX
F.3 Perspectiva informática aplicada: desenho de interfaces, jogos, e marketing digital .....	LXII
F.4 Perspectiva <i>big data</i> e análise de redes: discernir padrões de deslocação e associação.....	LXIII
<b>ANEXO G SOBRE O PERFIL DO UTILIZADOR REGULAR DE TECNOLOGIAS DE LOCALIZAÇÃO. ELEMENTOS ADICIONAIS .....</b>	<b>LXIX</b>
G.1 Breve caracterização sociodemográfica da amostra de respondentes ao questionário .....	LXIX
G.2 Posse e uso de dispositivos móveis .....	LXXIV
G.3 Tipos de dispositivo de localização e plataformas usados.....	LXXVII
G.4 Razões para a adopção e utilização de ferramentas e plataformas locais .....	LXXXII
<b>ANEXO H QUESTÕES METODOLÓGICAS RELATIVAS À CONCEPÇÃO, APLICAÇÃO E AVALIAÇÃO DO QUESTIONÁRIO .....</b>	<b>XCII</b>
H.1 Análise & Desenho.....	XCIII
H.2 Desenvolvimento.....	XCIV
H.3 Implementação .....	XCVII
H.4 Avaliação.....	XCVII
<b>ANEXO I NOTAS DE PROCEDIMENTO SOBRE O TRATAMENTO DOS LOGS DOS GEOCACHERS RESPONDENTES AO INQUÉRITO (ANÁLISE DE PRODUTOS VIRTUAIS) .....</b>	<b>CIX</b>
<b>ANEXO J NOTAS DE PROCEDIMENTO SOBRE FONTES E CRUZAMENTO DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA</b>	<b>CXI</b>
<b>ANEXO K TIPOS DE CACHES E RESPECTIVAS CARACTERÍSTICAS.....</b>	<b>CXIII</b>
<b>ANEXO L CATEGORIAS DE PATRIMÓNIO APLICADAS AO INVENTÁRIO DAS GEOCACHES .</b>	<b>CXV</b>
<b>ANEXO M DAS GEOCACHES COMO MARCADORES. DADOS ADICIONAIS .....</b>	<b>CXXVI</b>



## ANEXO A SOBRE O ADVENTO DAS TECNOLOGIAS DE LOCALIZAÇÃO. ELUCIDAÇÃO.

“O sistema telegráfico penetrou quase todas as mentes com um novo sentido da vastidão da distância e do valor do tempo. É comumente dito que aniquilou tempo e espaço... Ele eleva cada homem que lê as suas mensagens acima do seu próprio pequeno círculo, dá-lhe um *flash* vivido... de grandes distâncias e tende por uma irresistível influência a fazer dele um cidadão do seu país e um membro solidário da sua espécie, bem como um membro da sua comunidade local.”  
Walt Whitman (1837), via Hewitt (2004, p. 184)

“O advento da era sem fios tornará a guerra impossível, porque fá-la-á parecer ridícula.”  
Guglielmo Marconi (1912), via Kelly (2010, p. 191)

Como suplemento ao esforço empreendido nos capítulos 1 e 2, tendo aí enquadrado a problemática do espaço na teoria social em género, bem como explorado algumas das vicissitudes resultantes do cruzamento da tecnologia locativa com as preocupações dos estudos da comunicação, no presente anexo elucidamos a história do seu desenvolvimento e adopção, mediante, desta feita, um movimento de aproximação aos estudos sociais da tecnologia.

### A.1 TECNODETERMINISMO E TECNOCRONIA

A história da inovação tecnológica, mormente no domínio das comunicações, é consistente no que diz respeito à forma como a sua adopção se processa. Utopia e distopia correm invariavelmente paralelas numa primeira fase de aceitação em que as tecnologias da comunicação emergentes são exaltadas por uns pela sua capacidade transformadora em promover o acesso à informação, encurtar distâncias e promover laços de solidariedade através da aproximação dos povos, enquanto outros preferem salientar o seu potencial para a alienação da condição humana, seja do trabalho, seja do espírito, tecendo visões lúgubres de escravidão e alienação num mundo de máquinas e produção massificada, de simulação e de inautenticidade.

Esta dramatização da tecnologia, filiada numa visão que privilegia o seu determinismo, impõe-se quase fatalmente, ainda que os estudos sociais da tecnologia tenham percorrido um longo caminho no tempero sua relação com a sociedade através de modelos de análise que ora insistem que as tecnologias são antes do mais práticas sociais como outras quaisquer (Pacey, 1983), com uma dimensão cultural e organizacional paralela à puramente técnica, ora que a relação causal é eminentemente inversa: que é a acção humana a determinar a tecnologia, a qual se consubstancia não como inevitabilidade da eficiência técnica (a melhor solução para um dado problema) mas como o produto ajustado dos interesses dos diversos actores que participam no seu desenvolvimento. Esta última é notavelmente a proposição da SCOT - em português TCST, Teoria da Construção Social da Tecnologia (Bijker, 1997; Bijker, Hughes, & Pinch, 2012; Pinch & Bijker, 1984).

Trata-se de um relapso que porventura não é alheio ao surgimento da moderna ciência social, inclusive da Sociologia, com um percurso germinalmente feito da necessidade de corresponder aos desafios da revolução industrial e da vida urbana através de um pensamento radicante seja no comtismo seja no saint-simonismo, que lhe pré-existiu, para os quais o progresso científico devia ser transposto ao

## II

serviço da organização da sociedade segundo princípios de alegada objectividade técnica<sup>219</sup>. Neste quadro, à tecnologia era atribuído um papel neutro e um quadro instrumental relativamente asséptico pelo qual seria possível equacionar os melhores meios e as melhores estratégias para o governo da coisa pública, perfilada como espécie de tecnocracia ou democracia orientada pela técnica e pelos técnicos em que, notavelmente, as redes de comunicação e transporte eram vistas como instrumentos de associação material e espiritual entre nações imaginadas como sociedades industriais e coloniais, cabendo aos engenheiros e aos industriais o sacerdócio (*sic*) da sua instituição, desde logo no exemplo do projecto de vanguarda posto em prática por Enfatin com a abertura do canal do Suez.

Pensadores seminais, hoje relativamente esquecidos, tais Herbert Spencer, Frédéric Le Play e Proudhon eram analogamente proponentes de planos de acção específicos para resolver os dilemas do seu tempo.

Recordá-lo permite sugerir que o empolamento de cada nova tecnologia, ainda hoje, tanto no discurso mediático quanto mesmo, por vezes, na academia, deriva em parte do engajamento activo da ciência na solução dos problemas com que as respectivas sociedades se debatem segundo uma moldura mental para quem a evolução tecnológica é sempre um instrumento de mudança; porque há sempre algo que precisa de ser mudado ou melhorado.

A persistência destas visões exaltadas tende a durar tanto tempo quanto aquele necessário para as tecnologias serem efectivamente adoptadas. Corresponde a uma fase de desconhecimento do novo, quando não se sabe exactamente de que usos e apropriações este pode ser alvo e as visões gizadas acabam por funcionar como espécie de Teste de Roscharch (Thurlow, Lengel, & Tomic, 2004, p. 40), em que cada qual projecta as suas ansiedades, processo que nos diz sobretudo muito sobre quem as delinea, os medos e aspirações seja dos indivíduos seja das sociedades e do tempo que acolhe a inovação<sup>220</sup>.

Difícilmente se logra assim fazer sentido do impacto de uma tecnologia no instante em que ela surge. Apenas passado algum tempo, quando esta deixa de ser o foco da atenção e cai num efectivo e aparente “esquecimento” ou “invisibilidade” - quando o seu uso de facto incorpora o quotidiano e a sua prevalência se torna universal e comum ao ponto de já não ser notada – se torna finalmente fácil proceder à avaliação dos seus efeitos. Se torna, enfim, evidente em que medida as aspirações optimistas iniciais dos seus promotores de um lado e o pessimismo dos seus detractores do outro, se materializaram. O tempo revela geralmente que nem uns nem outros tinham exactamente razão.

Thomas Hughes (2009) fala-nos a este propósito da existência de um “*momentum* tecnológico”<sup>221</sup> como o instante na fase de adopção de um sistema sócio-tecnológico em que este ganha

---

<sup>219</sup> Veja-se por ex. Aron (1992, p. 79 e seg.s) ou Mattelart (1994, p. 101 e seg.s).

<sup>220</sup> Para uma perspetiva histórica da sempre relativa “novidade” das tecnologias mormente de comunicação, invariavelmente associadas à promessa da instituição de formas de aumentar o conhecimento e o domínio dos indivíduos sobre o seu ambiente, vejam-se por exemplo Park, Jankowski & Jones (2011) e Gitelman e Pingree (2003).

<sup>221</sup> Historiador da tecnologia, o autor avança o conceito originalmente em 1969, num artigo sobre a hidrogenação na Alemanha pós-I Guerra Mundial (Smith & Marx, 1998, p. 101), localizando-o “algures entre os pólos do determinismo tecnológico e do construtivismo social”. Alguns autores, não obstante, posicionam-no como pendendo para uma forma *soft* do primeiro (Nye, 2006, p. 52), enquanto Law (1991, p. 7) observa que “as



suficiente escala para adquirir autonomia das constelações de governos, corporações e pessoas que participaram no seu desenho. O instante em que, uma vez “soltas” no ambiente social, as tecnologias adquirem uma certa fixidez de propriedades assumindo um padrão, seja nas suas características e forma, seja na percepção da sua utilidade e propósito, que por comodidade dos intervenientes passam a ser o *standard* de facto por relação aos quais a inovação se desacelera e se entra num processo de pequenos ajustes.

Na perspectiva sistémica, por conseguinte, quando uma tecnologia é nova os factores sociais desempenham um papel determinante no seu desenvolvimento e adopção. Com o passar do tempo, uma vez aceite, os factores sociais perdem peso e a tecnologia passa ela própria a ser um elemento condicionante.

Na senda delineada, prosseguindo a indagação histórica, na antiguidade grega, é notavelmente célebre a diatribe de Sócrates contra o surgimento do próprio alfabeto (Baym, 2010, p. 25), recriminado pelo filósofo como atentado à tradição oral e um risco para a sociedade (Rheingold, 2012, p. 60) na medida em que criaria “o esquecimento nas almas dos aprendentes, porque não usarão as suas memórias; eles irão confiar nos caracteres escritos externos e não recordarão por eles próprios” (Salthouse, 2010, p. 48).

Sócrates temia no fundo que a palavra escrita desse lugar ao conhecimento superficial, prejudicando a sua interiorização. Temia ainda que a simples disponibilização da informação desenquadrada e sem tutor que orientasse a sua compreensão desse azo a toda a espécie de especulação, extrapolação abusiva e mal-entendidos. Parecia-lhe, por conseguinte, que a informação em si não tinha valor, apenas a capacidade da sua interpretação. Sem a segunda a primeira seria contraproducente (Derrida, 1981, p. 134 e seg.s).

O certo é que a adopção da palavra-escrita proliferou e acabou por instalar-se. Cerca de um milénio e meio mais tarde, em 1255, o dominicano francês Vincent de Beauvais manifestava por seu turno inquietação contra um cenário de excessiva proliferação de livros. Num tempo em que a imprensa mecânica ainda não tinha sido inventada, a própria capacidade da leitura estava restrita a um escol, o número de bibliotecas era diminuto, ascendendo as maiores delas a algumas centenas de in-fólios, antevia-se, ainda assim, já um desafio face à “escassez do tempo” e à “natureza esquiva da memória” (Blair, 2010, 2011). Em suma, era entendimento que o volume de informação disponível, num volume infinitesimal comparada com a que hoje está acessível à distância de qualquer computador com ligação à Internet, era já impassível de digestão. A solução foi um primeiro arremedo de enciclopedismo, retomado séculos mais tarde, em pleno iluminismo, por Diderot: o “*Speculum Maius*” (Espelho Maior)<sup>222</sup>, conjunto de volumes visando sintetizar o conhecimento da época nos domínios da natureza, doutrina e história.

Passados mais seis séculos sobre o “*Speculum*” e pouco mais de dois milénios sobre Sócrates, após a sua invenção em 1837, em plena revolução industrial, na idade do vapor, do carvão e do início

---

suas breves referências à sociologia tendem a citar fontes funcionalistas”.

<sup>222</sup> Cf. <http://www.vincentiusbelvacensis.eu>

da produção eléctrica, o telégrafo constitui igualmente outro bom exemplo de tecnologia da comunicação cujo surgimento carregou vívido entusiasmo. Num paralelo com o nosso tempo, Standage (1998) chama-lhe mesmo “A Internet Vitoriana”<sup>223</sup>. E, de facto, as palavras de Whitman que servem de abertura ao presente capítulo soam sobremaneira familiares quando comparadas com o muito que bem mais recentemente se escreveu sobre o advento da Internet e da comunicação em rede.

O desiderato destes exemplos do passado aponta num duplo sentido. Por um lado, confirma a dificuldade em aferir da novidade de uma tecnologia “a quente”, por outro a impossibilidade de o fazer sem ter uma qualquer noção de continuidade histórica. Autores dos mais diversos campos coincidem quanto a esta última necessidade.

Frank Webster (2002, 2004), aclamado sociólogo britânico na área dos estudos críticos da sociedade da informação, vai ao ponto de identificar a negligência da Sociologia Histórica nas últimas décadas e a tirania do “presentismo”, a seu ver imposta em boa parte pelos mecanismos de financiamento à investigação, mormente da União Europeia, como uma das causas do insucesso da Sociologia enquanto disciplina em enquadrar o dinamismo dos fenómenos em torno da assim chamada “Sociedade da Informação”, deixando espaço aos Estudos Culturais e às Ciências da Comunicação para desenvolverem uma visão alternativa e a seu ver enviesada relativa aos “ciberespaço” e à “virtualidade” como dinâmicas autónomas que se vieram a revelar desgarradas da realidade (Webster, 2005a, 2005b).

Implicitamente critica a sociologia britânica por ter uma aproximação excessivamente micro e paroquial ao impacto das tecnologias da informação – desdenhando com demasiada facilidade como “determinismo tecnológico” a sua discussão<sup>224</sup> - no que acabou dar margem à expansão dos saberes vizinhos que cavalgaram o interesse suscitado pelas teses macro de Castells com à sociedade em rede, os quais campos não obstante critica como metodologicamente deficitários e epistemologicamente acrílicos na forma como abraçaram a “virtualidade”. Como resultado, para o autor, ambos os campos académicos evidenciavam em meados da década passada uma incapacidade em combinar teoria e

---

<sup>223</sup> Em sentido análogo vai a análise de Carey (2009, p. 155 e seg.s) o qual, comungando com Innis (1950) a convicção de que as tecnologias da comunicação promovem historicamente enviesamento particulares, radica no surgimento do telégrafo a divisão entre comunicação e transporte, permitindo o apartamento entre as mensagens e a deslocação física dos objectos e dos mensageiros (anteriormente sinónimos, excepção feita a certos tipos limitados de comunicação à distância por sinais, mormente para fim militar) e mais ainda, como potencial instrumento “ideológico”, admitindo “à comunicação controlar os processos físicos activamente” (op. cit., p.157). Veja-se igualmente Subtil (2014b).

<sup>224</sup> No que revela a prevalência da aceitação na academia britânica das teses de Raymond Williams relativamente ao condicionamento social da tecnologia, eminentemente perspectivada como determinada ao invés de determinante, como na obra de McLuhan, de que o primeiro foi crítico ardente (Marchessault, 2005, p. 22). Enquanto para o canadiano “o meio era a mensagem” e as tecnologias uma “extensão do corpo humano e dos seus sentidos”, acentuando a capacidade destas em estruturar as relações e arranjos sociais, para Williams, trabalhando num quadro de referência que vê nos artefactos tecnológicos formas culturais – perspectiva do dito “materialismo cultural”, originalmente desenvolvido no âmbito dos estudos literários (Barker, 2004, p. 39; Malpas & Wake, 2006, p. 63) - a tecnologia *per se* é incapaz de produzir mudança. O galês prefere acentuar a agência humana, aduzindo que as tecnologias emergem a partir de práticas sociais pré-existentes, sendo sobretudo relevante compreender não as suas propriedades, mas a dinâmica e os interesses dos grupos sociais que compelem ao seu desenvolvimento em direcções particulares bem como os factores sociais, culturais e económicos que lhes dão forma e as mobilizam para determinados fins. Para um contraste entre ambos os autores e uma discussão aprofundada do determinismo aplicado aos novos media em rede veja-se por exemplo Bolter e Grusin (1999, p. 75 e seg.s) ou Lister (2008, pp. 77-104).

pesquisa empírica de forma a identificar e explicar os efectivos contornos da mudança<sup>225</sup>.

Sugere, por conseguinte, que a Sociologia não se dispôs a englobar a pesquisa das tecnologias da comunicação, integrando-as, a exemplo do trabalho de Bell (1973) relativamente à sociedade pós-industrial, numa interpretação abrangente das transformações sociais, deixando espaço a análises de cunho vago, feitas ao sabor do momento, em que, quando finalmente despertou para a necessidade de dar resposta, se viu ela própria firmemente manietada.

Adjuvando Robins e Webster (1999), tanto Poster (1990, 1995) como Lister (2008) notam analogamente a impossibilidade de qualquer discussão sobre os “novos média” na ausência de uma ideia historicamente ancorada sobre o que é “novo” que os permita ver como instituições sociais irreduzíveis às tecnologias que os suportam.

Ainda em idêntica direcção, posicionando a evolução tecnológica em continuidade histórica, o próprio Castells - por exemplo no epílogo a Himanen (2001, p. 155 e seg.s) - faz questão de se distanciar da expressão “sociedade da informação”, preferindo ao invés falar de um novo “paradigma do informacionismo”. Expressão que giza, recuperando Kuhn (1962), para explicar o fundamental da mudança social ao longo das diversas revoluções científicas como estando situado no plano da evolução da base tecnológica que lhes serve de suporte.

Advoga, assim, termos vindo a assistir nos últimos anos à substituição do cânone de uma sociedade industrial, baseada em tecnologias que assentavam na capacidade de produzir e armazenar energia, por outro em cuja base material impera o “espírito do informacionismo” - por homologia com o “espírito do capitalismo” (industrial) em Max Weber -, entendido este como dizendo respeito não à estrutura das organizações sociais, mas sim ao uso dado à tecnologia.

Para Castells, o que caracteriza o regime tecnopolítico (Hecht, 2001, pp. 257-259) do paradigma informacionista não é meramente que a informação e o conhecimento tenham um papel central na geração de riqueza e significado, nem sequer que a organização se processe em rede – uso da linguagem e sociabilidade são características genéticas da cultura humana, presentes em diferentes graus ao longo dos tempos. O que é novo é o facto de através da inovação tecnológica, em particular através dos avanços na microelectrónica e da engenharia genética, a capacidade humana para processar informação tenha saído grandemente ampliada e este próprio processamento tenha revelado comparativa capacidade acrescida de gerar riqueza e servir de base ao processo produtivo.

As modernas tecnologias da informação e comunicação distinguem-se assim pela conjugação de uma tripla capacidade: de **auto-expansão**, em escala e intensidade; de **recombinação** e de **distribuição**.

Incorporadas em redes de comunicação instantânea e crescentemente omnipresente, elas impõem uma lógica própria que é a das redes, com uma capilaridade feitas de nodos nevrálgicos cujo controlo condiciona o acesso e os fluxos de informação. Fluxos que vêm alterar a vivência e a organização do espaço, minando a lógica antiga baseada na proximidade geográfica.

---

<sup>225</sup> Beneficiando da sua experiência como editor na Comedia, Morley (2014), por seu turno, atribui igual responsabilidade à indústria livreira, para quem a teoria genérica por oposição aos estudos particulares constitui um produto com maior mercado/apelo comercial.

Apesar de reconhecer a possibilidade de reprogramação e o papel *pivot* daqueles que detêm competência para a operar, o pensamento de Castells não deixa ainda assim de conter um gérmen de determinismo tecnológico na medida em que define as mudanças de paradigma como mudanças de tecnologia. Mesmo quando faz questão de traçar e explicar a génese histórica e a conjugação de factores corporativos que estiveram na base das revoluções tecnológicas e, portanto, demonstra delas plena consciência, o certo é que as propriedades tecnológicas da rede são à partida apontadas como condicionantes.

## **A.2 BREVE HISTÓRIA, LUGAR, FUNCIONAMENTO E MOMENTUM DOS SISTEMAS DE POSICIONAMENTO GLOBAL POR SATÉLITE NO ECOSISTEMA MEDIÁTICO**

Consoante a genealogia estabelecida Musso (2003) e por Mattelart (1994, 1999; 2000, pp. 37-46; 2002c, pp. 32-33), a “Invenção da Comunicação”, associada, durante o século XIX, à modernidade industrial e económica do estado-nação e respectivas políticas coloniais teve no desenvolvimento dos sistemas de comunicação e transporte de vocação global um vaso concebido à semelhança dos princípios fisiocratas do *laissez-faire*, *laissez-passer* e da visão utópica de Saint-Simon e discípulos que estabeleceram a correspondência entre a predilecção positiva pela metrificação/quantificação e a concepção organicista do corpo social como sistema circulatório cujos fluxos materiais e imateriais, condição do seu vigor, importava facilitar. Vindo a estabelecer no discurso legitimador e secular dos nascentes regimes demo-liberais estreita associação entre as virtudes da movimentação de pessoas, produtos e informação e o valor da liberdade; apresentando as técnicas de espacialização que permitiram a sua emergência como libertadoras e ao mesmo tempo compatíveis com a regulação dos interesses dos estados, com fronteiras cada vez mais elásticas e estendidas entre continentes (Foucault, Rabinow, & Faubion, 1997, pp. 349-364). E prefigurando as capacidades das redes de *comunicação* como “vias da razão”, emuladoras de algo da função outrora atribuída à *religião*, etimologicamente, enfatizando a sua capacidade de “porem em comum” como condição de “re-ligarem” os membros de comunidades dispersas numa associação universal orientado pelo progresso técnico-social.<sup>226</sup>

Desde então, a comunicação à distância surge, inovação após inovação técnica, como discurso simultaneamente amnésico e redentor em que, a cada geração tecnológica, como se fosse a primeira, na Europa como na América do Norte, através da tecnologia se reaviva incessantemente a promessa do sublime (Mosco, 2004; Nye, 1994), da utopia da concórdia universal, da democracia, da justiça social e da prosperidade generalizadas.

A mesma dinâmica que, no século seguinte, consoante por seu turno persuasivamente arguido

---

<sup>226</sup> Passo que podemos porventura ilustrar em Portugal como correspondente ao movimento compreendido entre os episódios marcante do fim das Guerras Liberais, com a extinção das Ordens Religiosas (em 1834) e a política de obras públicas do fontismo (1868-1889), coincidindo com a política de reinteresse pelas colónias africanas protagonizada com a fundação da Sociedade de Geografia de Lisboa (1875) e do Banco Nacional Ultramarino (1864), encarregue a primeira de levantar território e procurar caminhos e o segundo da promoção do desenvolvimento económico para o que, entre as preocupações assinaladas, imediatamente se destacou o diagnóstico da escassez das comunicações com a metrópole e a necessidade de instituir carreiras regulares a vapor (Costa, 2012).

por Hay (2012), veio a moldar os discursos que acompanharam o desenvolvimento tecnológico englobando três espaços, sucessivos e correlacionados: o espaço aéreo, o espaço exterior e o ciberespaço. Cada um engendrando desafios e concessões da ordem territorial nacional face à internacional, compatibilizando crescentemente a cultura política do espaço da soberania com a coexistência do espaço da circulação, primeiro através do advento da aviação e das ondas hertzianas, depois através da exploração espacial e do surgimento dos satélites em órbita terrestre, a derradeira condição que veio a amadurecer as consciências para o espaço etéreo da circulação da informação (ciberespaço), constituindo ao mesmo tempo a condição técnica do aparecimento da contemporânea geolocalização (conquanto, é sabido, não se tenha inteiramente dispensado as infra-estruturas intercontinentais de ligação submarina por cabo, que de cobre passaram a fibra-óptica).

Assim, para o que finalmente nos interessa, as modernas tecnologias de localização surgem na confluência entre espaço exterior e ciberespaço; naquele ponto do tempo coincidente com o fim da guerra fria em que através da política epitomada pelo vice-presidente de Clinton, Al Gore, o Império Americano entendeu estabelecer um *encore* aos bens sucedidos desafios de Kennedy (“we will put a man on the Moon”) e de Reagan (iniciativa Star Wars), respectivamente, em dois passos: através da aposta estratégica nas *information superhighways* e subseqüentemente da abertura do GPS ao uso civil incondicional, vendo neles um “espaço de liberdades, objectos de governo e aposta estratégica, e um espaço ‘configurado’, compreendido e organizado através de um novo regime de tecnologias vocacionadas para a comunicação global” (Hay, 2012, p. 19)

Historicamente, os GNSS (em português SGNS, Sistemas Globais de Navegação por Satélite), constituem ainda a resposta da Era Espacial a um problema antigo: a mobilização do conhecimento preciso do tempo como estratégia para melhorar o domínio do espaço. Tal como o cronógrafo marinho desenvolvido em 1741 por John Harrison (Whitrow, 1988, p. 141) permitiu à força naval inglesa reforçar a sua liderança, resolvendo o problema da determinação da longitude, os sistemas actuais repousam no conhecimento preciso do tempo para lograr o mesmo efeito, porém com um *twist*, ele próprio tributário da evolução das primeiras técnicas de triangulação desenvolvidas pela geodesia, em Portugal aplicadas no século XIX pela engenharia militar (Correia, 2011), associadas às preocupações cadastrais e administrativas do nascente estado burocrático, mediante a produção de cartografia precisa.

Deste modo, o sistema GPS/NAVSTAR (acrónimos de “Global Positioning System” e de “NAVigation System with Time And Ranging”) depende de uma constelação de 24 satélites (e tipicamente de mais três, colocados em reserva), girando em 6 órbitas à volta da terra, efectuando uma volta completa à mesma aproximadamente a cada 12 horas a uma altitude de cerca 20200 Km e uma velocidade de aproximadamente 11265 km/h. Dotados de relógios atómicos e geridos por estações de controlo terrestre que os mantêm sincronizados com uma precisão de nanossegundos face ao relógio atómico mestre do Observatório Naval Norte-Americano<sup>227</sup>, situado em Washington, eles emitem permanentemente um sinal rádio que inclui a sua posição e respectivo tempo de registo. Quando, cerca de setenta milissegundos mais tarde, este sinal é captado pelos receptores GPS (inclusive os inclusos

---

<sup>227</sup> Cf. <http://tycho.usno.navy.mil>

nos *smartphones*) torna-se assim possível, por triangulação da distância simultaneamente a pelo menos quatro satélites (determinando-a em função do tempo de propagação do próprio sinal rádio), determinar a posição de qualquer local em 3 dimensões (latitude, longitude e altitude em termos de um *datum* de referência simplificado) conhecendo simultaneamente a hora exacta.

Por conseguinte, a tecnologia GNSS constitui uma evolução do sistema vigente ao tempo de Harrison; em que de uma estratégia em que o objecto móvel, o navio, mantinha o tempo preciso, permitindo a subsequente determinação da posição local contra a medição da altura conhecida dos astros, se evolui para outra em que o tempo é mantido por uma constelação móvel de satélites que, no “céu”, emitem dados que permitem simultaneamente calcular a hora e o local usando princípios de geometria por seu turno já familiares aos matemáticos da antiguidade grega.

Tendo sido o primeiro, o GPS não é, porém, o único sistema GNSS. O reconhecimento da importância estratégica de poder usar o serviço de forma independente dos caprichos de quem o gere levou a que as principais potências mundiais dotadas de capacidade aeroespacial tenham ao longo do tempo desenvolvido soluções concorrentes à norte-americana, entre os quais o GLONASS (*GLO*bal'*naya N*avigatsionnaya *S*putnikovaya *S*istema) russo, iniciado em 1982 e completo em 1995, o Galileo, protagonizado pela Agência Espacial Europeia, o BeiDou, chinês e o IRNSS indiano, os últimos ainda em desenvolvimento e com níveis de operacionalidade variável. Actualmente, um típico *smartphone* é já capaz de empreender um duplo nível de triangulação, conjugando o GPS, o Glonass e o Galileo, de forma a atingir níveis de precisão inéditos.

Enquadrar o advento dos sistemas globais de posicionamento por satélite em continuidade histórica permite-nos perceber as dinâmicas de poder e as tendências que aprofundam. Tal enquadramento, porém, não estaria completo sem considerar a paralela evolução da tecnologia de computação e das redes móveis que permitiram o sucesso da webgeoespacial (acima, p.39 e seg.s), de que foram condição necessária, mas insuficiente<sup>228</sup>. Evolução que, em 2016, tinha já nos 5,4 mil milhões de *smartphones*, 80% dos dispositivos com capacidade para retirar partido dos serviços baseados na localização, enquanto os dispositivos dedicados à navegação em estrada, parte maior do seu impulso inicial, ascendiam apenas a 380 milhões e a fatia do mercado destinado ao uso profissional (aplicações destinadas à aviação, agricultura, cartografia etc...) era de apenas 14,4 milhões de dispositivos (GSA, 2017; Peter Jonsson, 2017).

### **A.2.1 DO ENTRECRUZAMENTO DOS MERCADOS DO GPS E DAS COMUNICAÇÕES MÓVEIS**

A exemplo dos GNSS e das aplicações que esta tecnologia particularmente admite, vimos anteriormente como a interação entre os sistemas tecnológicos e a sociedade não é linear ao longo do tempo. A meio termo entre determinismo tecnológico e construtivismo social, Hughes (2009) sugere a existência de uma relação dissimétrica caracterizada por um período de acumulação de massa crítica em que a relação de dependência é eminentemente da tecnologia<sup>229</sup> em relação à sociedade até se atingir um

<sup>228</sup> Condição INUS (Mackie, 1974).

<sup>229</sup> Por “tecnologia” entenda-se obviamente não só o espectro *hard* e palpável dos materiais e dos componentes electrónicos como, em tempo de Web 2.0, cada vez mais as inúmeras aplicações de *software* e

ponto de inflexão em que em passa a ser tecnologia o elemento eminentemente enformador.

Na óptica sistémica os termos causais do binómio são dinâmicos e podem inverter-se. A componente social tende a ser predominante na fase inicial que determina o seu desenvolvimento e estão sobretudo em jogo os interesses da indústria de um lado e do outro as razões para aceitar e adoptar ou rejeitar e não adoptar uma dada tecnologia, conforme apercebida e filtrada pelos actores sociais, seja os seus potenciais utilizadores e consumidores finais, seja dos que na cadeia do processo de produção fazem a intermediação entre uns e outros. Tipicamente, no sector das comunicações, é o caso dos operadores de rede que efectivamente comercializam e sobretudo investem na sua promoção publicitária.

Provedores frequentemente alvo de uma relação de interesses ambígua na medida em que tendem a ter um pé paralelamente na comercialização das infra-estruturas de distribuição da tecnologia e outro na sua aplicação e no que estes veiculam, em especial nos media tradicionalmente produtores de conteúdos (rádio, cinema, televisão e imprensa).

No plano global Castells (2009, p. 73) identifica a este propósito as relações entre “sete magníficas” corporações de média (Time Warner, Disney, News Corporation, Bertelsmann, NBC Universal, Viacom, e CBS) e quatro companhias tecnológicas com interesses diversificados na Internet (Google, Microsoft, Apple e Yahoo!), a que hoje provavelmente adicionaria pelo menos o Facebook e a Amazon, responsáveis pela pilotagem do sistema. Das segundas, as três primeiras integram igualmente a lista dos grandes “provedores de serviços e conteúdo” no específico domínio da localização, identificados no quinto “Market GNSS Report” da agência europeia responsável pelo Galileo (GSA, 2017, p. 29), que lhes acrescenta dois protagonistas históricos: a Here (descendente da NavtTeq, subsequentemente adquirida pela Nokia e, posteriormente à queda desta última, sobretudo com participações da indústria automóvel alemã) e a MapQuest (companhia ligada à AOL que se tem tentado alavancar abraçando o *open source*, mediante sinergia com o OpenStreetMap).

Estes operam segundo uma lógica de concentração de propriedade ao mesmo tempo que segmentam e diversificam plataformas em função dos gostos das múltiplas audiências tentando criar economias de sinergia (Fuchs & Mosco, 2016, pp. 10-11).

À escala nacional portuguesa, a mesma tendência é evidente na oferta dos principais operadores de comunicações. É disso expressão a confluência e concentração de protagonistas - integrações vertical e horizontal (Golding & Murdock, 1997, p. 15 ; Zerdick, 2005, p. 50) - tal como a crescente “bouquetização” na oferta dos serviços de comunicações, agregando num mesmo pacote comunicação móvel e fixa, por voz e de dados, bem como serviços de televisão em que ao utilizador é dada a possibilidade de optar entre inúmeros pacotes de canais temáticos, conferindo para alguns actualidade a Springsteen que em 1992 cantava “57 Channels (And Nothin' On)”. Enquanto, no domínio particular dos conteúdos localizados, o nosso país evidencia falta de *contenders* de peso, sendo os poucos portais nacionais preteridos aos estrangeiros, maioritariamente alvo de uso (*cf.*, abaixo, p.LXXIX). Entre os protagonistas históricos, a LusiGlob, cuja plataforma de cobertura aérea antecedeu os Google Maps,

---

respectivo código de programação, corresponde a uma forma de “artefacto” tecnológico de um tipo textual - *cf.* Berry (2011, p. 29).

superando-os de longe em qualidade no pouco tempo em que coexistiram, permaneceu um recurso de nicho, vocacionado para o uso profissional, sendo depois incorporada na britânica LogicaCMG, esta própria subsequentemente adquirida pelo grupo CGI, enquanto a InfoPortugal, sediada em Matosinhos, conheceu um curto momento de projecção no mercado de massas internacional com o software NDrive que não se parece ter mantido. Continua, não obstante, provavelmente o *player* nacional no fornecimento de informação geográfica de maior relevância, tendo estabelecido diversas parcerias com publicações e portais, mormente do grupo Impresa, que estrategicamente a adquiriu em 2007.

Cardoso (2006b) é assim levado a admitir que tanto como a convergência de tecnologias e meios de comunicação, relevante é a forma como os protagonistas destes se integram e organizam em rede. Particularmente nas duas grandes redes de Televisão e Internet, crescentemente indistintas.

O mercado das tecnologias de localização incorpora esta *mimesis*, marcada pela assimilação entre tecnologia e funcionalidade, fabricantes de hardware e integradores de software.

Assim, os primeiríssimos GPS portáteis, para uso pessoal, descritos por um dos nossos entrevistados como “tijolos”, dispendiosos e comparativamente limitados na sua capacidade, com suporte para apenas um canal (capacidade de receber um satélite à vez), o que os tornava extremamente lentos na recepção, deram, após a libertação da degradação do sinal em 2001, lugar a receptores mais acessíveis, dominados por dois grandes fabricantes, ambos sediados nos EUA: Garmin e Magellan<sup>230</sup>.

Em 2001 o mercado dos telemóveis estava maduro. Porém as infra-estruturas estavam vocacionadas para os serviços de voz<sup>231</sup> e SMS. A reduzida largura de banda disponível nas redes GSM de segunda geração era muito limitativa e soluções como o GPRS, que a acrescia permitindo retirar partido da ligação a múltiplos canais de dados em simultâneo, eram ainda assim pouco eficientes, tornando quanto muito possível o WAP, protocolo minimalista para formatação e dispensa de conteúdos que, conjugado com ecrãs monocromáticos de diminuta dimensão, tornava a experiência de uso da então incipiente internet móvel pouco apelativa. Razão pela qual este formato nunca chegou a ter o sucesso esperado, bem diferentemente do iMode japonês que replicava, esse sim, bem-sucedido no país que o viu nascer.

---

<sup>230</sup> Nos parágrafos que se seguem interessa-nos sobretudo equacionar o GPS enquanto objecto de consumo de massas. De outra forma, para uma visão em profundidade do processo a montante, mormente a história do desenvolvimento da tecnologia no seio das Forças Armadas norte-americanas, entrelaçando-a com a dinâmica dos seus fornecedores, consulte-se o excelente terceiro capítulo de Milner (2016) de cuja narrativa, valiosa pelos testemunhos que recolhe em primeira mão da boca dos seus protagonistas chave, se destaca como imprevisto o seu estatuto incerto, sendo alvo de rejeição por parte da Força Aérea e questionando muitos a sua necessidade desde o seu início operacional, em 1978, quando, pensado para ser operado a partir de um bombardeiro, a recepção necessitava de dois operadores e 123 quilos de equipamento orçado em 5 milhões de dólares, passando pelo advento dos primeiros mísseis por ele guiados, em 1986, até a primeira guerra do Golfo, em 1991. Evento que finalmente tornou a sua utilidade militar indisputada, de facto, menos por antecipação das elites militares do que por reconhecimento de necessidade por parte dos operacionais no terreno, dos soldados que, temendo perder-se no deserto, adquiriram a título pessoal unidades para uso quando o *stock* das militares era muito exíguo. Na prática, a remoção inicial da degradação do sinal, depois tornada permanente, foi imposta por esta realidade: o facto de as Forças Armadas não terem receptores suficientes e terem sido forçadas a usar receptores civis.

<sup>231</sup> As comunicações por voz constituem um caso peculiar de utilidade marginal decrescente de um tecnologia em dois planos: de imunidade ao aumento da largura, na medida em que a velocidade necessária para as manter permanece estática; no volume de tempo que de facto cada utilizador dispõe para as levar a cabo, permitindo aos operadores usarem como estratégia de marketing diferenciadora o seu aumento estratosférico, na casa dos milhares de minutos (para a generalidade, efectivamente uma mão cheia de nada).

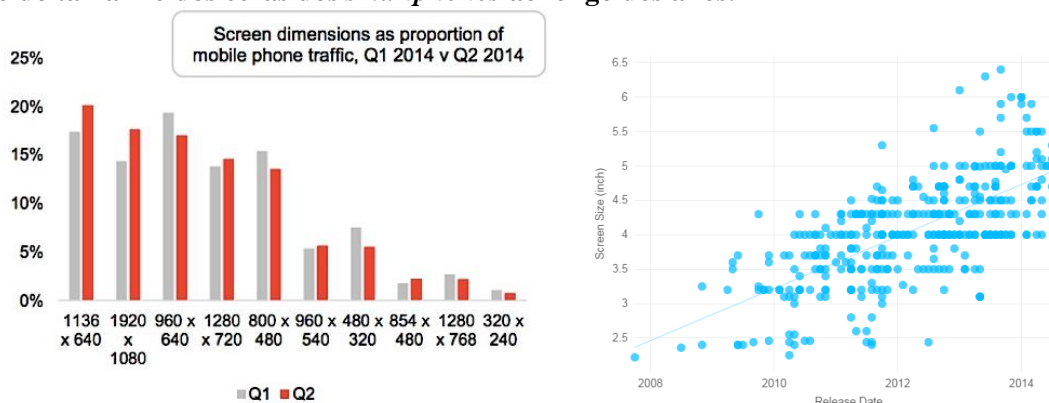


Era ainda, recorde-se, o tempo em que o *hype* da personalização e experiência multimédia em telefones móveis era constituído pelos toques polifónicos. Essencialmente *midis* com a composição de pequenos trechos sonoros por cuja descarga se fazia pagar.

Foi preciso esperar pelo advento da terceira geração de redes móveis, com a sua largura de banda acrescida, acompanhado do enriquecimento do objecto telemóvel com características novas, designadamente maior capacidade de processamento e ecrãs coloridos oferecendo maior resolução em maior superfície, bem como ultrapassar o problema da frustração da introdução de dados nos teclados alfanuméricos, seja pelo surgimento dos ecrãs tácteis, seja pela introdução de tecnologias de reconhecimento de voz.

Ainda não há muito, o reputado especialista em usabilidade Jakob Nielsen (2009) propugnava que a experiência da Internet móvel equivalia à da Internet para *desktop* em 1998, diagnosticando a necessidade de se manterem versões com desejos paralelos dos sítios. Meia década depois uma discussão que parecia pertinente tornou-se obsoleta. Em 2014, a resolução em pixéis dos telemóveis rivalizava já com a dos ecrãs de computador (ver Figura A.1) ao mesmo tempo que a sua diagonal de ecrã tinha evoluído de 3 para 5 polegadas. Seja de 7.62 para 12,7 centímetros, o que em área visível corresponde ao triplicar do tamanho, tendência que se manteve nos anos seguintes.

**Figura A.1 - Resoluções de ecrã mais populares no acesso à Internet por telefone móvel e evolução do tamanho dos ecrãs dos *smartphones* ao longo dos anos.**



Fontes: Netbiscuits.com e FindtheBest.com. Resolução de ecrã baseada numa amostra de 1000 modelos mais populares

Em 2017, os dispositivos móveis constituem já a forma maioritária e preferencial de acesso à Internet<sup>232</sup>. Ao contrário dos computadores de secretária, porém, eles têm uma decisiva vantagem que não é apenas a da sua portabilidade e permanente acessibilidade: trata-se da sistemática inclusão de um conjunto de sensores passivos e activos que permitem conhecer melhor a realidade que rodeia o utilizador e o levam não só a interagir com ela como sobretudo permitem usar certas características desta de forma a dispensar-lhe informação relevante para o seu contexto (*cf.* acima. p.41).

Assim, quando em 2000 o fabricante finlandês Benefon, colocou no mercado o Benefon Esc!, primeiro modelo de telemóvel a incorporar GPS, tratava-se de um modelo topo de gama, visionário, mas excêntrico e dispendioso.

O Esc! Permitia acesso à Internet com velocidades até 14 Kbps e incluía duas características

<sup>232</sup> Cf. <https://www.statista.com/statistics/241462/global-mobile-phone-website-traffic-share/>

que provariam ser as certas: FriendFind, uma funcionalidade que permitia a dois utilizadores do Esc! conhecerem as respectivas posições e os BeneMaps, que permitiam descarregar mapas, visualizando-os nos 100 por 160 pixéis de resolução do seu ecrã monocromático.

**Figura A.2 - Benefon Esq! Primeiro telemóvel com GPS incorporado (1999).**



Legenda: anunciado em 1999 e de facto comercializado a partir do ano seguinte, o Esc! incluía funcionalidades pioneiras que depois se generalizariam como mapas e a possibilidade de conhecer a posição de outros utilizadores.

No virar do milénio o GPS permanecia assim um mercado de nicho, direccionado para os amantes das actividades ao ar livre e dominado pelos GPSR (*GPS Receivers*) dedicados que, no essencial, permitiam a captura e gestão das coordenadas de um dado local ou trilho (sequência de locais), com uma interface que se resumia a uma seta indicando o ponto cardeal na direcção do qual este se encontrava e a distância até ele. Em situação de oligopólio, a inovação era relativamente parca como pouca era a memória, comunicando os dispositivos por cabo de série com os computadores, usando softwares dedicados.

O panorama começaria apenas a mudar com a introdução no mercado dos primeiros chips SIRF OEM, em torno do ano de 2005, que os pequenos fabricantes de electrónica, sobretudo asiáticos, com a Formosa à cabeça, aproveitaram para criar fosse receptores Bluetooth, capazes de comunicarem com aplicações correndo em qualquer dispositivo dotado deste protocolo sem fios, como telefones (coincidindo com os primeiros passos do Symbian da Nokia) e computadores portáteis. Até aí Garmin e Magellan produziam os seus próprios chips.

Em situação de concorrência, os fabricantes americanos introduziram modelos tal o Garmin GPS 60, que passaram a incorporar leitor de cartões de memória SD para mapas e sensores de outro tipo, como barómetros e altímetros, substituindo igualmente os cabos de série pelas mais modernas ligações USB. Continuavam no entanto volumosos, dispendiosos e impassíveis de comunicação sem fios. Acresce que a Garmin tinha a sua própria divisão cartográfica impondo através do MapSource a venda a preço exorbitante dos seus próprios mapas.

Na altura o mercado dos dispositivos computacionais portáteis correspondia ao dos PDA (*Personal Digital Assistants*) de que os Palm Pilots foram os mais conhecidos, tendo sobretudo como concorrentes os modelos Pocket PC, impulsionados pelo sistema operativo fornecido pela Microsoft e popularizados pela Hewlett Packard através da sua linha iPAQ.

Estes últimos, constituíram assim a primeira linha de convergência entre GPS e computação

portátil, integrando a exemplo do Mio 168 e do Acer N35, antenas GPS nos PDA, cujo acesso à Internet era apenas possível via Wi-Fi.

Era uma realidade apartada dos telemóveis. Clivagem que só se veio definitivamente a ultrapassar com a entrada no mercado da Google e da Apple, respectivamente, impulsionado os seus sistemas operativos para dispositivo móvel, o Android e o iOS, respectivamente.

O primeiro, lançado em 2008, constitui um derivado do sistema operativo Linux, sendo distribuído em regime parcial de *open source*, o que permitiu não só aos fabricantes como sobretudo aos utilizadores finais personalizarem e redistribuírem o sistema em distintas versões, gerando distribuições comunitárias com o Cyanogen Mod ou o MIUI que muito contribuíram para a sua popularidade entre as vagas de primeiros adoptantes. Facilidade que, corporizando Hughes, tem vindo não obstante a diminuir, à medida a que, em especial a partir da versão 4.4, lançada em 2013, se tornou crescentemente difícil adquirir privilégios de administração, ao mesmo tempo que se adoptaram estratégias como a encriptação que, a pretexto da “segurança” do utilizador, efectivamente contribuem para proteger os direitos de autor dos conteúdos, assegurando que este canaliza as suas compras através do universo das lojas do ecossistema Google (disponibilizando e-books, jogos, filmes, música etc...).

O segundo, lançado um ano antes, em 2007, obedeceu de raiz a uma filosofia distinta em que o fabricante preservou a íntegra da fonte e do controlo, apelando em contrapartida à exclusividade do design. O que não impediu que ao longo dos anos se tenham sucedido que no jargão *hacker* se intitulam *jailbreaks*. Modificações não autorizadas pelo fabricante no sistema operativo de forma a permitir a instalação neste de aplicações sem passar pelo aval da loja oficial, eventualmente furtando-se ao pagamento das devidas tarifas, bem como temas e *tweaks*. Uma das mais populares fontes de distribuição destes últimos tem sido o Cydia, o qual no início de 2013 contava com cerca de 23 milhões de utilizadores a nível mundial<sup>233</sup>.

A estratégia de investimento nos Android e iOS demorou ainda assim dois anos a colher os seus frutos, disparando as vendas mundiais de *smartphones* a partir de 2010 (*cf.* Figura A.3).

Deste breve elenco avulso de apontamentos históricos, resulta por conseguinte que a progressiva abertura da tecnologia GPS ao uso civil, iniciada em 1996 com o decreto presidencial de Bill Clinton - “U.S. Global Positioning System Policy”<sup>234</sup>, que enuncia explicitamente os objectivos de “encorajar a aceitação e integração do GPS a nível mundial para aplicações pacíficas, comerciais e científicas” bem como “encorajar o investimento do sector privado no uso das tecnologias e serviços GPS” - e tendo como corolário o acto de Maio de 2000 que efectivamente terminou de forma permanente com a degradação propositada do sinal, foi uma condição insuficiente mas necessária para o que se seguiu.

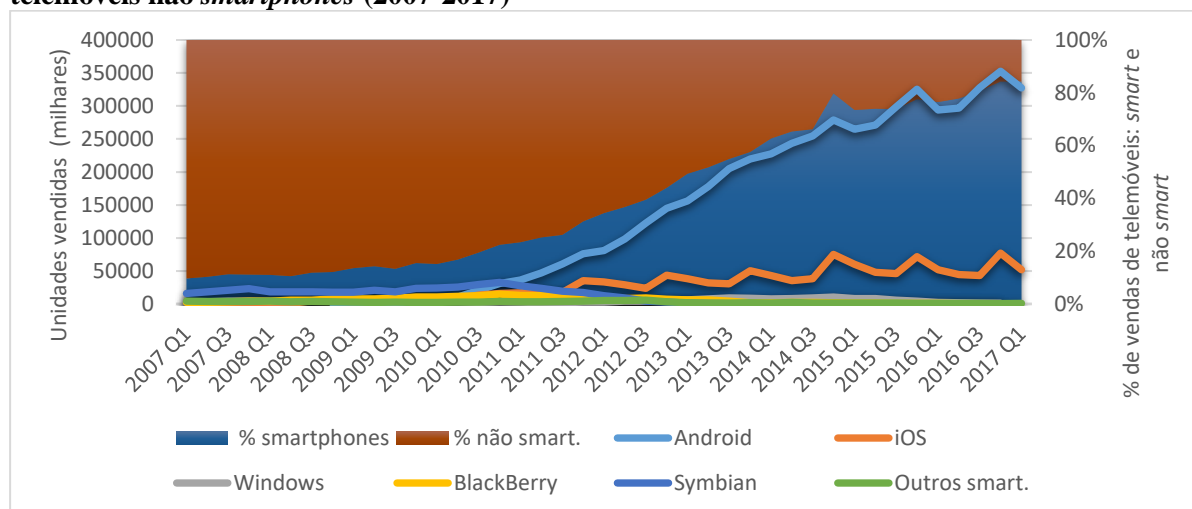
Ela constitui parte de um conjunto de outras condições, que incluíram o incremento da largura de banda, a miniaturização e o embaratecimento dos dispositivos móveis, de forma a dar azo à realidade que hoje são os usos e práticas da geolocalização. Já não uma prática eminentemente virada para a

<sup>233</sup> Fonte: <http://thenextweb.com/apple/2013/03/02/popular-jailbreak-software-cydia-hits-14-million-monthly-users-on-ios-6-23-million-overall/>

<sup>234</sup> O conjunto da legislação e políticas norte-americanas em matéria de GPS pode ser consultado em: <http://gps.gov>.

navegação e o uso por estratos envolvidos no desporto ao ar-livre, mas acessível à população em geral de forma transparente, sem necessidade de conhecimentos especiais.

**Figura A.3 - Vendas mundiais trimestrais de *smartphones* por sistema operativo versus telemóveis não *smartphones* (2007-2017)**



Fonte: Gartner via compilação da Wikipédia < [http://en.wikipedia.org/wiki/Mobile\\_operating\\_system](http://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_operating_system)>. Vendas de telemóveis não *smart* a partir do quarto trimestre de 2015 (inclusive) são valores projectados com base na última variação trimestral conhecida.

Este efeito de esquecimento que, com a maturidade da tecnologia, advém da familiarização pela rotina das suas aplicações particulares é a nosso ver relevante. Tendo condicionado a percepção que o próprio utilizador detém do que com ela pode fazer, atingida massa crítica, protagonistas com a Google podem depois gerar sinergias, retirando por ex. proveito dos telemóveis aparentemente esquecidos no bolso, de forma a coligir passivamente dados sobre os seus hábitos, cativando subsequentemente os anunciantes com um cenário ideal de publicidade segmentada por categorias de interesse, variáveis sociodemográficas e finalmente localização. É sobretudo quando deixa de ser notada e o seu processo de desenvolvimento desacelera que uma tecnologia se torna rentável.

### A.3 A QUEM PODE INTERESSAR A GEOLOCALIZAÇÃO?

Se o início da década de 2010 marca a entrada simultânea das tecnologias de localização e da Internet móvel no estágio do consumo de massas, em 2017 podemos considerar que a sua maturidade está consumada.

Para a maioria dos seus adoptantes, as suas *affordances*<sup>235</sup> manifestam-se por inerência à aquisição do próprio objecto *smartphone* (como se viu, responsável por 80% da base de dispositivos locativos disponíveis) A simples disponibilidade, porém, não traduz necessariamente uso e, entre os modelos disponíveis, a compreensão da brecha entre os dois deverá ser enquadrada estendendo a Teoria dos Usos e Gratificações, em particular na variante dada pela perspectiva do *Apparatgeist* de Katz, em

<sup>235</sup> Definível como dizendo respeito às “propriedades actuais e apercebidas de uma coisa, primariamente aquelas propriedades funcionais que determinam como a coisa pode ser usada” (Salomon, 1994). Hoje em dia contestado (Oliver, 2005), o conceito de *affordances* deriva de Gibson (Erickson, 2010, p. 4 e seg.s; Gibson, 1977; Günther, 2003; Hutchby, 2003, p. 13 e seg.s), sugerindo que as tecnologias da comunicação têm características que as tornam aptas para dadas aplicações particulares. Veja-se ainda a nota 172, p.227.

que podemos encontrar a problemática das possibilidades tecnológicas reduzida à dimensão das contingências materiais tidas em consideração na avaliação individual da comunicação pessoal, a par dos domínios psicológicos e dos aspectos simbólicos, igualmente relevantes (ver Quadro A.1).

**Quadro A.1 - Evolução do *Apparatgeist* através dos domínios de tomada de decisão individual**

	Avaliação individual da tecnologia de comunicação pessoal			
	Desincentivos	Incentivos		
Nível de análise	Motivos de evitamento	Domínio psicológico individual	Contingências materiais	Aspectos sociais simbólicos/afiliativos
<b>Simbólico</b>	Anti-simbólica	Localização cultural/social do indivíduo	Possibilidades tecnológicas	Pró-simbólicos
<b>Usabilidade</b>	Dificuldade apercebida de uso	Auto-imagem/competência	Facilidade de uso	Domínio em contextos sociais
<b>Afirmação da afiliação grupal</b>	Anti-grupos de referência	Relacional	Laços com família e amigos/colegas de trabalho	Grupos de referência e classe social
<b>Economia</b>	Custo	Realocação do rendimento disponível	Promoções e anúncios, aprendizagem social, exposição aos Media	Relação com o corpo e o <i>self</i>
<b>Ambiente operacional</b>	Desejo de não complicar o ambiente	Controlo imediato do ambiente	Solicitações ao indivíduo; dimensão da rede e externalidades	Papel social apercebido
<b>Folclore</b>	Narrativas negativas	Valores pessoais	Narrativas positivas	Ideias culturais
<b>Orientação para o Corpo</b>	Desconforto físico	Necessidades físicas	Recursos pessoais e económicos	Prazer físico

Reproduzido de: Katz e Aakhus (2002a, p. 313)

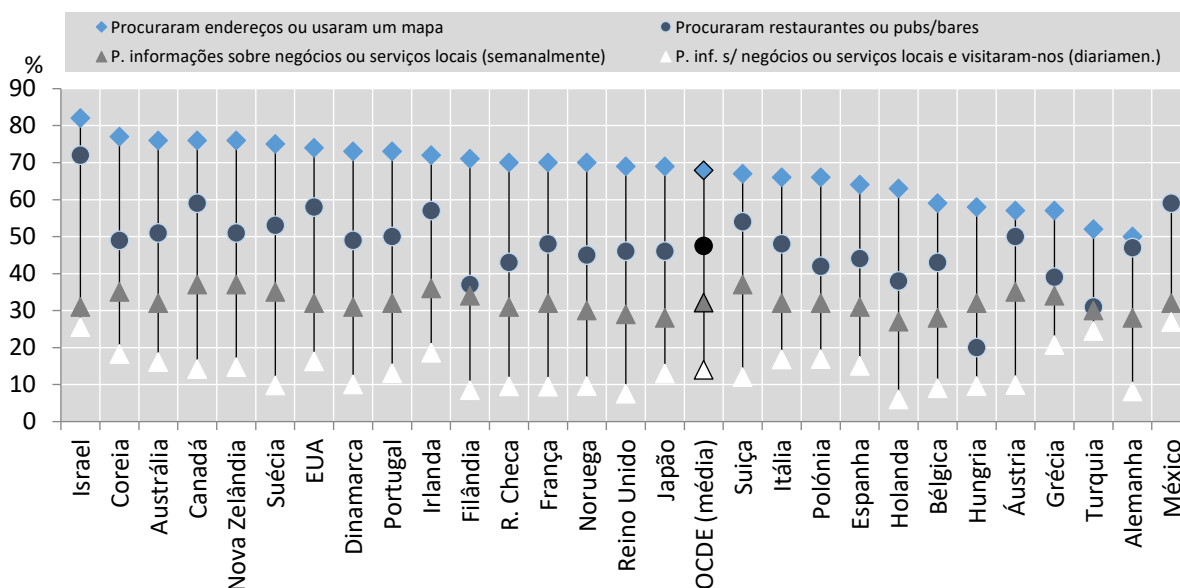
Neste particular, como quaisquer outras, as tecnologias de localização não-de ser apercebidas e adoptadas em função da posição cultural e social de cada indivíduo, que o mesmo é dizer em função dos grupos de proximidade e do estrato socioeconómico em que se situa, dependendo tal apropriação tendencialmente dos níveis de literacia, qualificação, disponibilidade financeira e bem assim da abrangência da rede de laços sociais mantidos.

Reservando o aprofundamento de tal discussão para o corpo do trabalho, onde a enriquecemos incorporando e adaptando as preocupações da Sociologia à cultura digital, entre outros por convergência com Bourdieu, introduzindo os conceitos de *habitus* e de *distinção* como meta da luta cultural onde, em cada campo social, se esgrimem os diversos tipos de capital, como alicerce comparativo, inclusive face aos resultados a obter na população que particularmente haveremos de estudar, interessa-nos concluir equacionando a resposta à questão “a quem pode interessar a geolocalização?” em sentido estrito, cotejando o potencial da disponibilidade tecnológica com alguns elementos estatísticos relativos ao ambiente social em que ela se vem inserir. Mormente, recolhendo indicadores: a) relativamente ao que se sabe dos tipos de uso efectivamente adoptados e, bem assim, b) relativamente à dimensão para que ela à partida surge vocacionada, a mesmo que a teoria sugere ser característica das sociedades contemporâneas: o apoio à mobilidade, desde logo física, das pessoas, em correlação com a literacia e a afluência económica.

No primeiro caso, o *OECD Digital Economy Outlook 2015* (OCDE, 2015) revela que, em 2013, 68% dos utilizadores de *smartphone* dos países membros da organização utilizaram os dispositivos para consultar um mapa ou procurar direcções para um dado destino, 47% procuraram restaurantes ou bares; 32% tinham por prática procurar informações sobre negócios ou serviços locais ao menos uma vez por

semana, enquanto 13% se davam a tal exercício diariamente, situando-se Portugal acima da média nos dois primeiros usos e ligeiramente abaixo no último (vede Figura A.4).

**Figura A.4 - Percentagem dos utilizadores que usam serviços baseados na localização nos smartphones – Países da OCDE (2013)**



Fonte: OCDE (2015), com dados recolhidos pela IPSOS.

No segundo caso, para a realidade portuguesa, as “Estatísticas do Turismo” e a edição anual do “Inquérito às Deslocações dos Residentes”, da responsabilidade do Instituto Nacional de Estatística (INE, 2016), abrem-nos uma janela sobre os hábitos de deslocação da população para destinos dentro e fora de portas, seja em termos excursionistas seja turísticos<sup>236</sup>. Da sua observação, segundo estimado, são factos salientes para o ano de 2015, o último à data da redacção com dados publicados:

1. Uma fatia apreciável da população portuguesa vive dentro de um horizonte relativamente limitado. Especificamente:
  - a) A maioria (56,73%, 5,864 milhões de indivíduos) não fez uma única viagem implicando pernoita fora de casa. Tendencialmente, o seu espectro de deslocação é regional.
  - b) 37,72% (4,822 milhões de indivíduos) não empreendeu tão pouco qualquer forma de excursionismo. A sua área de deslocação limita-se à localidade onde residem e arredores.
2. As principais razões para a deslocação turística incluem, por ordem (Figura A.5): “lazer, recreio ou férias” (abrangendo 3,110 milhões de indivíduos), “visita a familiares ou amigos” (2,209 milhões), “Profissionais ou negócios” (0,524 milhões), “Outros Motivos” (0,294 milhões), “Religião” (0,133 milhões) e “Saúde” (0,053 milhões).
3. As razões para o excursionismo são eminentemente pessoais (84,34% dos casos, 5,515 milhões de indivíduos) e apenas em 3,39% (0,222 milhões) exclusivamente profissionais, com 12,27% dos casos (0,802 milhões) a realizarem deslocações por ambos os motivos. Assim, no acumulado aprox. 1 em cada 10 portugueses (1,024 milhões) realizarem ao menos uma viagem anual (média de 8), vocacionalmente dentro do território nacional, por questão profissional.
  - a) *A contrario sensu* relativamente às deslocações excursionistas para fins pessoais, onde as mulheres exibem um rácio 2% acima da sua proporção na população (estimada em 2015 em 52,62% de mulheres e 47,38% de homens), entre as por motivo profissional, constata-se um desequilíbrio de género com ligeiro, mas notório predomínio dos homens (549,4 milhares, 17,96% dos excursionistas masculinos *versus* 476,6 milhares, 13,64% dos femininos).
4. A deslocação turística por motivos “Profissionais ou de Negócios” foi experimentada por 5,1% da população (523,8 milhares de indivíduos), entre a qual apenas 2,1% (219,1 milhares) o fez para o

<sup>236</sup> Como é sabido, a diferença entre “excursionista” e “turista” corresponde ao facto de o primeiro empreender viagens de um só dia (sem pernoita), enquanto o segundo “permanece, pelo menos, uma noite num alojamento colectivo ou particular no lugar visitado.”

estrangeiro. Ou seja, apenas aprox. 1 em cada 50 portugueses se vê obrigado a empreender ao menos uma viagem anual ao estrangeiro, com pernoita, por motivo de trabalho (com uma média de 3,1 viagens).

- a) Entre estes, contrariamente aos demais motivos para viajar, em que se regista equilíbrio de género (excepção feita à “religião”, em que as mulheres predominam), à semelhança do excursionismo para o mesmo fim, porém, de forma mais manifesta, regista-se uma assimetria em que proporção de homens é quase o dobro (144,4 contra 74,7 milhares).
5. Quanto às principais razões justificativas para não fazer turismo, 3,225 milhões de residentes (aprox.31,2% da pop.) invoca razões económicas (falta de meios), 1,207 milhões (11,7% da pop.) falta de motivação (desinteresse) e 2,9% questões de saúde própria (neste caso, esmagadoramente no estrato de idade igual ou superior aos 65 anos),
6. A média de viagens anuais por excursionista é de 20,7. A média de viagens anuais por turista é de 5,6 (Figura A.5).

Estes dados permitem-nos em síntese retirar algumas conclusões relevantes.

Em primeiro lugar estabelecem uma prevenção quanto à colocação de uma excessiva ênfase na mobilidade, mormente corpórea e transnacional, na contemporaneidade. A maioria da população é-lhe alheia e, de facto, se abstrairmos as deslocações para ambiente familiar (“visitar familiares ou amigos”), menos de 1/3 da população chega de facto a experimentar a deslocação turística para “Lazer, recreio ou férias”, dos quais apenas 0,695 milhões (6,71% da pop.) se deslocou em 2015 para tal efeito ao estrangeiro. Com 75,9% destas viagens a decorrerem dentro da União Europeia, em função da proximidade (44,3% para Espanha, 9,4 para França, 5,2 para o Reino Unido, 4,7 para Itália, 1,1 para a Alemanha e 11,2 para outros países)

Em segundo lugar, dão razão aos que por vezes criticam a nomadologia como perspectiva masculina (Uteng & Cresswell, 2008), mormente quando enfatiza a estirpe dos *globetrotters* (trabalhadores com deslocação internacional). Efectivamente, seja por coincidentemente predominaram nas funções de chefia, que verosimilmente mais se deslocam, seja por outras razões, os homens são aí preponderantes.

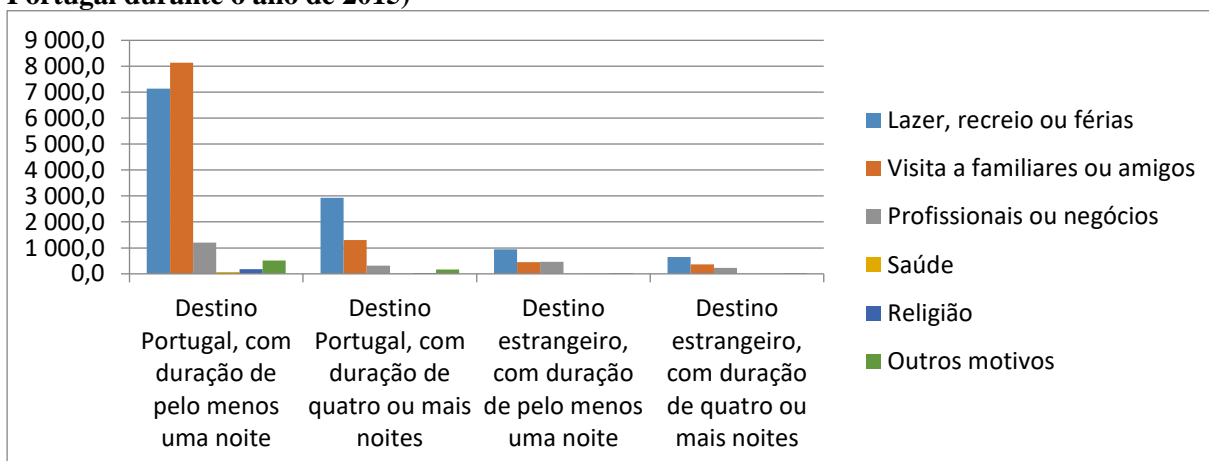
Em terceiro lugar (veja-se a Figura A.6 e a Figura A.7), permitem estabelecer uma relação de dependência notória entre a deslocação e as condições materiais (meios) e intelectuais (motivos) em função dos indicadores ocupação e habilitação, respectivamente

Em quarto lugar, abstraindo a discussão das possibilidades da “viagem virtual”, constata-se que o potencial das tecnologias de georreferência como instrumento de apoio à descoberta do meio e nas diversas etapas da viagem (acima, Figura 2.1, p.40) existe em tese para um pouco menos de 2/3 dos portugueses, sendo maior para fracção daquele 1/3 que o faz para ambientes que lhe são estranhos, os quais, coincidentemente, são igualmente aqueles que tendencialmente maior literacia digital e facilidade no seu manuseio têm.

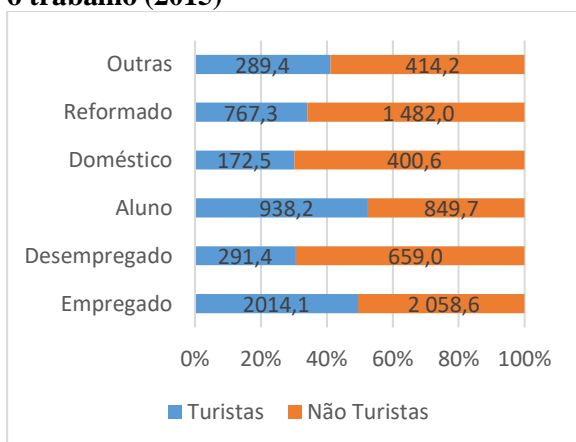
Em quinto lugar, a mesma fonte de dados revela ainda uma tendência para o empoderamento da capacidade de organização individual. Assim, em 2015, relativamente ao tipo de planeamento da viagem turística de lazer, recreio ou férias, globalmente, regista-se um recurso em apenas 9% dos casos a “agências de viagens ou operadores turísticos” (valor inferior aos 10,4% registados em 2011). A generalidade da população fê-lo seja por marcação directa (35,8% dos casos, revelando planeamento antecipado pelos próprios meios – um acréscimo face aos 29,2 % registados em 2011) seja de forma

espontânea (sem marcação, 55,2% dos casos, uma diminuição face aos 60,4% registados em 2011). Embora o instrumento de recolha do INE seja sobre tal especificamente omissivo, é difícil não admitir como provável que tal tendência se justifique pela crescente disponibilidade das plataformas georreferenciadas (tais o booking.com, o trivago.com e os próprios Google Maps) que facilitam tal planeamento e gestão a nível individual.

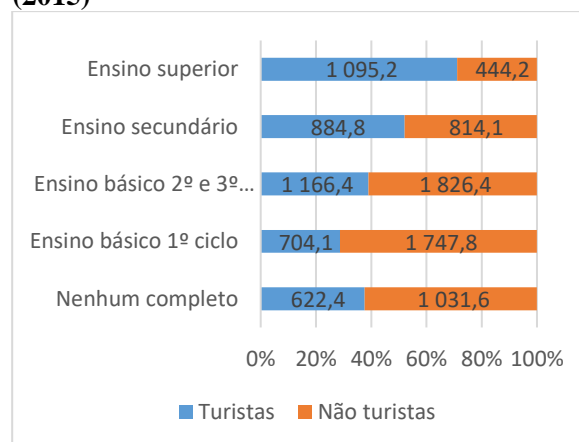
**Figura A.5 – Total estimado de viagens, segundo o motivo, destino e duração (residentes em Portugal durante o ano de 2015)**



**Figura A.6 - Relação entre turistas e não turistas, segundo a autoclassificação perante o trabalho (2015)**



**Figura A.7 - Relação entre turistas e não turistas segundo o grau de escolaridade (2015)**



Fonte: INE – Inquérito às Deslocações dos Residentes (em Portugal) 2015. Unidade = milhar de viagens ou indivíduos. O valor de “nenhum completo” justifica-se pelo estrato com “14 ou menos anos” (429,1 milhares de indivíduos).



## ANEXO B SOBRE A CONDIÇÃO INDIVIDUAL EM REDE. ELUCIDAÇÃO

“Da natureza dos contextos que somos levados a atravessar depende o grau de *inibição* ou de *recalque* de uma parte mais ou menos importante da nossa reserva de competências, de habilidades, de saberes, de conhecimentos, de maneiras de dizer e de fazer de que somos portadores.”  
Lahire (2002, p. 60)

“(…) para encontrar em que consiste a identidade pessoal devemos considerar aquilo que distingue uma ‘pessoa’; o que, penso eu, é ser um ser pensante inteligente, que tem razão e reflexão, e que se consegue considerar a si próprio como si próprio, a mesma coisa pensante, em diferentes tempos e lugares (…)  
Quando vemos, ouvimos, cheiramos, saboreamos, sentimos, meditamos ou desejamos qualquer coisa, sabemos que o fazemos. Por conseguinte, é sempre em relação às nossas sensações e percepções presentes: e através disto cada um é para si próprio (*himself*) o que ele chama eu (*self*) (…)  
Uma vez que a consciência acompanha sempre o pensamento (….) e é isso que o distingue das outras coisas pensantes, nisto apenas consiste a identidade pessoal, isto é, a continuidade (*sameness*) de um ser racional: e tanto quanto a sua consciência pode ser estendida para trás para qualquer acção ou pensamento passados, tão longe chega a identidade dessa pessoa; é o mesmo *self* agora que era então; e é pelo mesmo *self* presente que agora reflecte nela que a acção foi feita.”  
John Locke (1689, p. 53)

### B.1 POSIÇÃO, AGÊNCIA, ACÇÃO E SUJEIÇÃO

“Neste espaço que declaramos ser infinito... nele existe uma infinidade de mundos do mesmo tipo que o nosso próprio”  
Giordano Bruno (1584, p. 240)

Na medida em que as percepções do mundo natural e do mundo social são interferidas pelos sentidos, tudo na nossa relação com eles é mediado e reflexivo, tanto em sentido figurado como no sentido literal. Tome-se o exemplo do sentido da visão, axial na nossa percepção do mundo, ele seria impossível sem a luz. É esta que confere a propriedade da cor aos objectos e consoante ela varie – seja em função dos distintos espectros das fontes que a produzem artificialmente, mormente consoante produzido pelos diferentes tipos de lâmpadas eléctricas, seja em função da própria luz “natural”, pela espessura variável das camadas de atmosfera que proveniente do Sol ela deve atravessar até chegar a nós, em função da sua altitude e variação ao longo do dia, seja da qualidade da massa de ar em que arbitrariamente se introduzem distorções artificiais como as causadas pela poluição ou pelos fogos florestais – assim ela varia e os objectos surgem coloridos aos nossos olhos em distintos gradientes.

A luz é um mediador, porém ela não poderia operar essa mediação se os objectos eles próprios não tivessem uma qualidade reflectiva. O luar constitui um exemplo extremo dos efeitos de reflexão pelas qualidades da superfície lunar (albedo).

Reflexão e mediação são processos inerentemente imperfeitos que nos devolvem uma aproximação à realidade condicionada pelos nossos próprios sentidos; poderíamos apreender o mundo de outra maneira se estivéssemos equipados de outra forma – por exemplo se tivéssemos sensibilidade ao calor, como muitos insectos, ou estivéssemos dotados da capacidade de medir a distância através de um eco, como notavelmente os morcegos e algumas espécies marinhas.

Tal sucede no plano individual do dia-a-dia, mas também no plano académico da produção do saber científico. Assim, mantendo a colação cosmológica, o conhecimento astronómico do universo está

fundamentalmente limitado na sua verificação pelas técnicas e instrumentos observacionais. Eles podem constituir versões aperfeiçoadas do olho humano, seja pela capacidade das superfícies ópticas em colectarem e fazerem convergir quantidades infinitamente maiores de luz que acaba ora formatada para encaixar num feixe de espessura suficiente para caber na nossa pupila (como no caso dos telescópios) ora coligida em processos de captura lentos (como na astrofotografia em que se compõem imagens através do *stacking* dum mesmo enquadramento ao longo de minutos ou mesmo horas), seja por serem capazes de capturar espectros de onda inacessível ao nosso olho passíveis de subsequente representação gráfica e matemática. Porém mesmo estes processos continuam limitados pela inventividade e pela estrutura cognitiva dos seus criadores e conseqüentemente igualmente reduzidos nos resultados que conseguem produzir. Assim, por exemplo a descoberta de planetas extra-solares que desde meados da década de 1990, vem operando uma revolução comparável à copernicana, está inerentemente reduzida pela técnica empregue. A observação da variação do espectro luminoso das estrelas, que permite inferir a existência de algo que as orbita e algumas das qualidades desse algo, a partir das propriedades reflectoras conhecidas dos elementos químicos, é uma aplicação extraordinariamente fina do mesmíssimo mecanismo básico que permite a um indivíduo fazer sentido da proxémica de qualquer dos seus interlocutores. Um exemplo de como os limites cognitivos podem ser estendidos, permanecendo, porém, limites. Assim, que a generalidade dos planetas extra-solares detectados sejam gigantes e não com dimensões próximas do nosso e das condições que entendemos como propícias a uma possível habitabilidade significa tão-somente que sendo gigantes eles possuem mais massa e, por conseguinte, exercem um efeito maior sobre a luz das respectivas estrelas. Significa, em suma, que os astrofísicos detectam eminentemente os grandes porque no estado corrente da tecnologia não conseguem detectar os mais pequenos.

Com este raciocínio colateral pretendemos essencialmente duas coisas: por um lado posicionar a mediação e a reflexão como processos centrais à própria inteligibilidade; por outro sugerir que nas ciências sociais, como nas ciências ditas exactas ou naturais, aquilo que se vê é função tanto daquilo que se espera ver, e esse é o papel de uma boa teoria, ter capacidade prognóstica, como daquilo que se pode ver, e esse é um limite instrumental, a um tempo função da opção metodológica, da estrutura cognitiva do indivíduo e do estado do saber do seu tempo.

A utilidade está aqui em ter presente, nos termos concretos do nosso debate, a ilegitimidade e porventura o absurdo mesmo de, confrontados com as circunstâncias particulares do nosso tempo, pretendermos opor a “comunicação mediada” pela tecnologia à “comunicação na presença” na medida em que toda a acção social sempre e em todas as circunstâncias é fruto de mediação e de reflexão. Reduzir estas à “banalidade” não é, no entanto, minorizá-las, pelo contrário, é confirmar a sua especial acuidade como categorias perenes.

Na presente parte vamos assim ocupar-nos eminentemente da reflexividade como qualidade humana. Vamos tentar equacioná-la enquanto tal no conspecto da teoria social para ulteriormente tentarmos perceber em que medida ela pode de facto ser alterada pelas características particulares da mediação tecnológica, na mesma medida em que a luz da manhã nos leva a ver o mesmo mundo com

distintas sombras e “olhos” da do crepúsculo.

Como se verá, há quem pretenda que o problema reside ora na diferença das circunstâncias em que individualmente ela nos chega, conforme estejamos situados numa latitude mais a norte ou mais a sul, numa altitude mais baixa ou mais alta, na planície ou na montanha, num meio mais urbano – em que o prédio da frente induz um bloqueio – ora mais rural em que, num monte alentejano, a horizonte é potencialmente mais largo. Outros preferirão enfatizar os factores exógenos à nossa posição individual e ao nosso contexto imediato. Argumentarão por exemplo que a poluição e a libertação de fumos e gases constituem o produto da acção humana eminentemente condicionante da tonalidade ou enfatizarão que a visão de cada um não é uniforme e que antes do advento da massificação da produção óptica e do acesso a um sistema nacional integrado de saúde, boa parte dos indivíduos viam mal e a sua visão do mundo era função ora de estrabismo ora de estigmatismo.

Tal é, em larga medida, o equivalente da discussão sociológica que se posiciona ora do lado do actor e da agência ora da sociedade e da estrutura ora pretendendo a meio termo articular ambos.

A verdade, porém, é que independentemente do que academicamente esperamos e podemos ver – ou tocar ou tactear – e das suas distintas circunstâncias particulares os indivíduos logram fazer sentido do Mundo. Eles sabem que a árvore que à luz da Lua surge negra é a mesma que no trânsito do Sol pelo meridiano resplandece de verde na Primavera e de castanho no Outono.

Assim, que o mundo social surja mediado aos olhos dos actores sociais não significa de modo algum que estes possam ser facilmente levados a crer que ele é outra coisa que não o reflexo do mundo que se habituaram a conhecer. Os cambiantes com que é apercebido variam, porém, a unidade de consciência de quem vê subsiste. E é esta capacidade de interligar os múltiplos reflexos que mais do que qualquer outra coisa precisa de ser entendida; como capacidade comprovada de buscar e manter a coerência interna mais do que como exercício abstracto quanto às categorias que o procuram descrever.

## **B.2 DA CONTINGÊNCIA DO *SELF***

A perspectiva sociológica do *Self* como constructo mental que alguém faz de si próprio tende a articulá-lo numa tripla camada ou nível de análise em que aos indivíduos é atribuído sucessivamente um núcleo auto-perceptivo cuja persistência ao longo do curso de vida é assegurada pela memória autobiográfica como uma espécie de referente base que subsequentemente é articulado socialmente em múltiplas categorias dando azo a identidades construídas eminentemente em função dos papéis e contextos sociais de imersão como chapéus que se tiram e põem ao mesmo que se admite que na vivência do quotidiano nem tudo é reflexividade e subsiste igualmente uma dimensão rotineira e “prática” da vida em boa parte “automática” (leia-se, não necessariamente auto-reflexiva).

Tê-lo presente é útil porque frequentemente quando se articulam ideias como “*self* repartido como pedaços dispersos de informação” está-se a mor das vezes não tanto a questionar a continuidade do *Self*, mas a sua plasticidade expressa na articulação simultânea dos sucessivos papéis ou domínios de vida, máxime em função da acessibilidade permanente através das plataformas digitais. Quando Meyrowitz nos fala da “perda do sentido de lugar” ele reporta-se eminentemente à “perda do sentido

dos papéis” de tal modo que deixou de ser claro que identidade adoptar quando por hipótese em plataformas com o Facebook somos simultaneamente solicitados por interlocutores do contexto do trabalho (por exemplo, alunos que nos colocam dúvidas) e familiares (por exemplo confrontados com fotos de uma reunião de família em que surgimos numa pose particularmente caricata), concedendo a ambos acesso a algo que normalmente estaria compartimentado e fora de vista na vida social.

A constituição e manutenção do *Self* permite articular pensamento, escolha e acção através da conversação interna. A intracção está subjacente à própria interacção e conquanto o engajamento na segunda surja ritualmente simplificado, as duas tendem a coexistir em paralelo. A monitorização da reacção e dos sinais proxémicos é processada silenciosamente em diálogo interno e devolvida seja na forma de discurso seja, crucialmente, de silêncio e omissão.

O *Self* não é, por conseguinte, um objecto, mas uma ideia (que fazemos de nós próprios) que usamos para fazer sentido das diferentes componentes da nossa vida, seja temporalmente (o que eu era antes *versus* o que eu sou hoje) seja processualmente (a pessoa consciente de que mudou e que por exemplo como adulto não vê o mundo com os mesmos olhos como quando era criança).

O *Self* sociológico existe como constructo teórico e talqualmente como imperativo da vida em sociedade, porque de outra forma, se a cada indivíduo não fossem atribuídas unidade e continuidade, seria impossível responsabilizá-lo. O criminoso nazi que na juventude supervisionou um campo da morte e cinquenta anos depois enfrenta finalmente a justiça não é rigorosamente a mesma pessoa, porém continua a ser responsabilizado pelas suas acções<sup>237</sup>.

O *Self* como personalidade<sup>238</sup> é, por conseguinte, uma necessidade e algo que nos é atribuído pelos outros, pela própria vida em sociedade e um requisito da nossa funcionalidade. Enquanto organismos não nos podemos conceber senão pela oposição da nossa conversa interior, marca do nosso *Self*, face à conversa exterior e aos outros. Quando as duas se misturam e deixamos de conhecer o limite de quem somos entramos no domínio patológico da esquizofrenia.

O sentimento do *Self* emerge da própria materialidade do corpo, da sua deslocação no espaço e do confronto com outros corpos. Historicamente podemos assim identificar três dimensões na percepção do *Self* (Seigel, 2005) as quais ao longo do tempo surgem articuladas, porém colocando-se preferencialmente a ênfase numa em particular: **corpo** (o *self* determinado pelas nossas emoções e necessidades), **relacionalidade** (o *self* determinado pelas nossas relações sociais e culturais) e **reflexividade** (o *self* cartesiano, que emerge na capacidade de se pensar a si próprio).

Estas três dimensões têm sido articuladas em momentos particulares, dependendo da realidade

---

<sup>237</sup> Equivaler *Self* a personalidade jurídica (susceptibilidade de ser sujeito de direitos e obrigações) é menos descabelado do que à primeira vista possa parecer porque, em última análise, em Direito e na determinação de “culpa” é factor primordial o estabelecimento de um nexos de reflexividade quanto aos actos. A existência ou não da consciência do dolo tanto agrava como absolve.

<sup>238</sup> Concomitantemente Bourdieu (1977, p. 86) fala-nos da presença do *Self* no discurso sociológico como intuição inevitável (*intuitus personae*, intuição da pessoa), aquilo que é “dado à percepção imediata”, mas também socialmente designado, reconhecido e definido por uma trajectória irreduzível a qualquer outra, “produto de uma série cronologicamente ordenada de determinações estruturantes, o *habitus*, que a cada momento estrutura nos termos das experiências estruturantes que o produziram as experiências estruturantes que afectam a sua estrutura, fazendo emergir uma integração única, dominada pelas primeiras experiências, as experiências estatisticamente comuns aos membros da mesma classe”.

que se procura explicar, dando azo a dois grandes pólos na formulação do *Self*: seja enfatizando a sua unidade seja a sua dispersão<sup>239</sup>.

Na visão unitária o *Self* ou bem surge como consequência das relações sociais e produto da estrutura ou bem como mónada determinada pela sua natureza física, como na sociobiologia. Na antiguidade podemos radicá-la remotamente na ideia platónica de transcendência, em que matéria e espírito constituem uma unidade a que o segundo subsiste após a morte, uma ideia de que o cristianismo veio a incorporar com um *twist* ao admitir que na ressurreição os corpos se voltarão a erguer e reconstituirão.

Locke (veja-se a citação inicial do capítulo) por seu turno, veio sugerir que a mente é fruto da experiência, logo que a constituição do *Self* é volúvel e dinâmica. Destaca ainda que a pessoa é uma identidade corpórea, mas também um agente moral dotado de uma continuidade espacial conferida pela memória do passado e por todas as coisas que fez e prospectivamente pode fazer. Não há substância do *Self* (“um *self*”), apenas essência (uma ideia do que seja o “*self*”) a que se pode aceder caso a caso, determinado pelas preocupações intelectuais, pelo contexto sociocultural e por aquilo que em função se pretende que o *Self* seja e explique.

Izenberg (1992) sugere que a noção do *Self* como continuidade perdurou até ser posta em questão na década de 20 do século XX mormente pela Psicologia porque embora a memória persista os valores mudam ao longo do tempo. Neste sentido, Proust salienta que apesar da continuidade efectivamente nos tornar moralmente responsáveis nós somos capazes de perder identidade, de abandonar valores e interesses. Sendo a reflexividade um processo auto-referencial, as pessoas atribuem-se diferentes preocupações e prioridades ao longo do tempo. Assim Eric Ericsson, psiquiatra alemão emigrado para os Estados Unidos e pioneiro da Psicologia do Desenvolvimento, vem definir o *Self* como identidade núcleo por referência à qual é possível situar as diferentes identidades permutáveis ao longo do tempo, um requisito fundamental da funcionalidade psicológica.

O questionamento do poder explicativo da identidade pela perda dos seus referenciais (elisão da identidade nacional, da identidade de género que passou a ser uma escolha e assim sucessivamente...) contrasta com a afirmação de que *malgré tout*, possuir um sentido de *Self* é indispensável para o funcionamento do indivíduo enquanto tal bem como para a vida em sociedade na forma das expectativas associadas a cada papel, de outro modo a imprevisibilidade tornaria impossível tornar os encontros produtivos.

Ao mesmo tempo o constructo do *Self* moderno passou a ser alvo de críticas em diversas frentes que o acusavam de uma excessiva ênfase nas coerência, estabilidade e independência. Na óptica marxista por exemplo é um conceito burguês e um veículo de alienação enquanto para Heidegger a subjectividade cartesiana (em que a existência é definida pelo acto cognoscente) impede a possibilidade da existência de uma realidade objectiva.

Assim, se na Teoria Social, até por volta da II Guerra Mundial (Martin & Barresi, 2003), o *Self* era uma categoria explicativa, um postulado, desde então de recurso explicativo passou a ser algo que

---

<sup>239</sup> No sentido desta interpretação vai igualmente Lahire (2002, p. 24 e seg.s).

precisa ele próprio de ser explicado e o tem sido de forma teoricamente fragmentada em diferentes aspectos como “autoconceito” (*self-concept*) ou “auto-estima” (*self-esteem*), tanto assim é que em manuais e dicionários passou a ser mais comum encontrar estas formas prefixadas do que o próprio termo “*Self*” [veja-se como exemplo Borgatta e Montgomery (2000)].

Conforme resulta da análise de Wiley (1994), a noção contemporânea do *Self*, associada no caso americano ao pragmatismo e ao pensamento de Peirce e Dewey, na sequência das preocupações subsequentes à respectiva guerra civil, carrega uma preocupação política. Ela corresponde à necessidade de implementação da ideia consagrada por Jefferson na constituição norte-americana, que serviu subsequentemente de modelo por todo o Ocidente, de que todos os homens independentemente de raça, credo e crença são iguais. E o que os torna iguais é serem operadores simbólicos (*Selves* semióticos). Locke, o empirista, diria “tábuas rasas” em que a experiência se vai inscrevendo.

Por conseguinte, **a moderna ideia do *Self* acompanha o ideal democrático em que todas as identidades são legítimas e passíveis de reconhecimento, mesmo quando minoritárias.**

A concepção sociológica do *Self* como constructo social está por conseguinte em conflito normativo com as derivas *biologicizantes*, seja da sociobiologia seja da neuropsicologia que pretendem que de facto os homens não são todos iguais e boa parte do seu comportamento é condicionado ora pela genética ora pelo mecanismo de funcionamento do seu cérebro, ultimamente correspondente à formulação da “inteligência emocional” como alegada função dos neurónios espelho e da definição de padrões neurais que uma vez formados determinam o comportamento como linhas de menor resistência na forma como este se processa (Goleman, 2006).

### **B.3 SELF E STATUS. DOS BENS COMO SISTEMAS DE INFORMAÇÃO**

“o consumo liga o valor de troca e a satisfação do desejo e da necessidade material à produção de significado, à identidade e a um sentido de lugar e pertença social”  
Dunn (2008, p. 3)

A relação entre constituição individual e consumo como decorrente da modernidade industrial está hoje amplamente sistematizada na literatura, entre outros mediante os esforços de Featherstone (2007), de Dunn (2008) e da prolífera obra de G. Cross e associados – Cross (1990, 1993, 2000, 2004a, 2004b, 2008, 2015); Cross e Proctor (2014); Cross e Szostak (2005); Cross e Walton (2005). Tendo em vista a sua mobilização subsequente, inclusive do ponto de vista da apropriação da mobilidade e dos lugares, recordaremos aqui brevemente algumas coordenadas essenciais dessa discussão, mantendo-nos para tal derradeiramente alinhados com a sugestão de Honneth (2012) para quem o *Self* a que se chegou, na forma como é experimentado tanto como na forma como é interpretado, resulta da combinação inextirpável de uma série de transformações simultaneamente económicas, tecnológicas e culturais conducentes a um tipo de individualismo possessivo (Zima, 2015, p. 4) que privilegia a individualidade enquanto afirmação de singularidade e de autenticidade, associando-as à passibilidade da cooptação do valor simbólico dos bens mediante a consagração da livre adesão aos estilos de vida, prefigurando-se estes, por seu turno, ora na interpretação bourdesiana como expressão reprodutiva do *habitus* mediante

o sentido do gosto ora como particularismo e reflexividade estética emponderadoras, tal S. Lash.

Em primeiro lugar, o *Self* percebido como capaz de actos racionais de decisão e escolha em função dos seus interesses é o *Self* capaz de “auto-comando” (*self-command*) proposto por Smith (2007) como virtude estóica – anteriormente formulada como capacidade de firmeza e temperança (Force, 2003) - e democrática na medida da sua capacidade em gerar “simpatia” (Smith & Haakonssen, 2002) a partir da interacção (Seigel, 2005, p. 141).

É o *Self* pós a incorporação da ética protestante no espírito do capitalismo (Weber, 2001) para quem a prossecução do interesse próprio e a acumulação de riqueza passaram a ser formas de confirmar a sua valia e a sua condição de “predestinado” e a imersão e actividade no “mundo” não um “vale de lágrimas” e um “castigo” a ser suportados com resignação mas uma oportunidade de salvação a ser escrupulosamente aproveitada, levando à formulação de Benjamin Franklin, outro dos “pais fundadores” do federalismo norte-americano, em como “tempo é dinheiro” e à **adoção normativa da racionalidade económica como fundamento da conduta** (*en passant*, algo que tem como desiderato a ideia de que os “tempos de lazer” são tendencialmente “tempos mortos”, e por conseguinte carecem de aproveitamento produtivo para salvarem a face e serem “legítimos”, seja, por exemplo, lendo não por ler mas como forma de cultivo, ou praticando qualquer *hobby* de que resulte um produto – *cf.* a discussão do *homo faber versus o homo ludens* p. 131).

Nos regimes demo-liberais o impulso para a prossecução do interesse próprio (*self-interest*), seja da melhoria das próprias condições de vida (*self-betterment*), através de decisões quanto ao consumo e à produção, é a base do dinamismo económico e da vida social, sustentando o progresso natural para a melhoria geral na medida em que ninguém se não os próprios agentes económicos estão capacitados para definir o que corresponde aos seus melhores interesses. **Como agente económico, o *Self* liberal é idealmente um *self*-desregulado, capaz e autónomo, solto dos constrangimentos proteccionistas e arbitrários dos poderes públicos que distorcem as regras do mercado**, leia-se a liberdade de opção do *Self* (Haakonssen, 2006, p. 246 e seg.s) e mormente a sua liberdade de consumir.

Assim, embora Adam Smith não seja amoral e reconheça que as motivações para a conduta não são sempre feitas em termos de racionalidade económica, existindo paixões e motivos de orgulho que distorcem a harmonia das nações, a verdade é que o seu pensamento contribuiu em boa medida para arvorar o consumo e a aquisição como metas da própria condição de vida, algo que Marx virá a denunciar como “fetichismo das mercadorias”, salientando que o capitalismo confunde os valores de uso e de troca de forma a gerar uma consciência deturpada ou alienada que permite ao sistema manter-se num regime de perpétuo crescimento relativamente ao qual a “cultura de consumo” é um pilar necessário à sustentação, a montante, da lógica de domínio inerente às relações de produção.

O consumismo acompanha a condição moderna de forma marcante na exacta medida em que só a revolução industrial tornou possível seja o volume de produção seja os excedentes necessários para a ela ter acesso, revertendo o tempo de trabalho em bens. Esta simples disponibilidade, tanto como o desejo da burguesia imitar os padrões da nobreza foi determinante. Gerou, no entanto, receios e tensões.

Assim, a organização demo-liberal, baseada seja nas ideias económicas de Adam Smith seja nas

de Stuart Mill, na institucionalização do *laissez-faire*, *laissez-passer* e no capitalismo competitivo arvoraram-se em contraste com a lógica proteccionista das leis sumptuárias do Antigo Regime e em Portugal das sucessivas “Pragmáticas” com que desde 1340, com D. Afonso IV, a 1762, com o Marquês de Pombal, se procuraram regulamentar os costumes restringindo as práticas de consumo e importação.

A partir de meados do século XIX, a disponibilidade de rendimentos faz-se acompanhar do advento dos primeiros centros comerciais, do advento do turismo massificado e de uma expansão crescente e aparentemente ilimitada no desejo de adquirir bens que levaram os pensadores do tempo a questionar quais seriam os efeitos dessa massificação do desejo de consumir, mormente perante o correspondente “desencaixe” dos sistemas sociais (Giddens, 1991, pp. 23-31). Em Economia os marginalistas como L. Walras acomodaram a ideia definindo o valor económico como sujeito a uma utilidade subjectiva não necessariamente dependente do volume de bens e M. Keynes, figura influente na construção do estado social, veio a propor uma ideia que ainda hoje se mantém de que o fomento do consumo, leia-se da procura, constitui um dos ingredientes do crescimento económico.

As elites conservadoras, porém, manifestaram cepticismo em ver os seus padrões emulados. Ao mesmo tempo Le Bon e Tarde notavam que as massas são manipuláveis enquanto Durkheim admitia que o homem comum seria incapaz de controlar racionalmente o seu desejo, carecendo de grupos ocupacionais que lhe fornecessem referências e o necessário enquadramento.

Já no século XX, a escola de Frankfurt estabelece o precedente que se mantém influente em admitir que a cultura de massas é um artifício que distrai os indivíduos da sua condição de cidadania e da possibilidade da organização da acção reformadora colectiva, em última análise alienando a consciência de classe. O consumo, argumenta-se, é um instrumento de controlo burguês exercido sobre as consciências, assumindo T. Adorno o materialismo histórico como tendo como objectivo “tornar possível uma situação na qual a compulsão cega das condições materiais sobre os seres humanos seja quebrada, e na qual a questão relativamente à liberdade se torne verdadeiramente significativa” (Huhn, 2004, p. 82). Algo paradoxalmente, por conseguinte, revestindo o marxismo de uma preocupação não estranha ao pensamento religioso em geral: a libertação do “espírito” da escravidão da “matéria”.

Paralelamente na óptica conservadora e corporativa, a generalização do consumo levantou receios quanto à indisciplina da força de trabalho e à deriva da juventude com a perda da autoridade familiar. Em suma, temia-se que uma inflexão dos valores da produção para os do consumo, enfatizando o ócio e o lazer, se tornasse numa ameaça ao objectivo político da estabilidade social.

O tempo demonstrou como os conservadores estavam errados. As necessidades psicológicas são muito mais elásticas do que as fisiológicas e na verdade o consumo veio a vingar como modelo global porque é funcional. A vontade de consumir mais compele à necessidade de obter mais rendimento e logo de trabalhar igualmente mais.

Henry Ford com o seu modelo T é tido como paradigma desta fórmula: baixando os custos de produção era possível oferecer um modelo de automóvel mais acessível, estimulando a procura, que permitia aumentar os salários, o que por sua vez estimulava mais procura e a necessidade de a sustentar com mais trabalho.



Como na fábula do burro e da cenoura, a possibilidade de consumir é a motivação que leva ao aumento da produtividade e o trabalhador a manter o seu posto de trabalho.

Assim, o capitalismo no século XX soube ultrapassar a crise de sobreprodução entre guerras, estimulando a procura após a segunda. Como resultado, finalmente, e para o interessa a nossa discussão, emergiu uma cultura de consumo que tomou conta de uma fatia crescente da vida social.

Se no imediato pós II-Guerra, nas sociedades industrializadas com um modelo de desenvolvimento que não seria exactamente o português, país então eminentemente rural que veio a experimentar tais tendências em diferido, muito do significado social dos bens estava organizado em torno da organização doméstica e da divisão sexual do trabalho, a partir da década de 60, caricatamente, a necessidade de aumentar o rendimento de forma a sustentar as tendências crescentes de consumo e dos padrões de vida em torno dele gizados, compeliram a mulher a abandonar o lar e assim se veio a fechar o círculo em que, **com o termo da família extensa e o afrouxamento dos grupos primários de referência, o consumo veio a preencher as necessidades pessoais de identidade e distinção individual.** E em que **os produtos passaram a ajudar a identificar os estágios na vida pessoal e mediante a culturalização da economia crescentemente o estatuto.**

No último meio século, a combinação da crescente prominência da classe média, dotada de poder de compra, a pressão dos movimentos culturais da década de 60, libertários em matéria de costumes, o aumento da frequência dos graus mais adiantados do sistema de ensino, aumentado correspondentemente as dotações de capital cultural e finalmente as (r)evoluções nas tecnologias de comunicação completaram o cenário. E é nesta dinâmica da relação entre eficiência produtiva, cultura e **consumismo como “desejo geral e ilimitado para a aquisição de bens e serviços que definem o self e a posição social nas sociedades avançadas de mercado”** (Stearns, 2001, pp. 77, vol. 05) que é possível radicar (Featherstone, 2007, pp. 13-27) a sustentação da ideia do consumo como âncora da identidade (Campbell, 1989) em que os bens adquirem valor simbólico e são procurados e usados como mediadores para demarcar as relações sociais através da associação a determinados estilos de vida (Bourdieu, 1979), em função dos quais lhes é atribuído valor segundo a lógica de um crescente individualismo qualitativo em que, obnubilando porventura o valor da “autonomia”, se institui sobretudo a meta da “autenticidade” como equivalente à possibilidade de escolha e à combinação singular dos produtos e respectivas associações culturais de que o indivíduo se reveste (Boltanski & Esquerre, 2016; Honneth, 2004).

Assim, a transição do milénio, tempo polemicamente sugerido como de “fim da história” (Fukuyama, 1992), assistiu ao triunfo do modelo do consumismo capitalista que com a queda do bloco de leste em 1989 instituiu a cultura do efémero e do *made to break* (Slade, 2006) sem se antever modelo concorrente. Uma cultura em que de facto a utilidade dos produtos é um pretexto homeopático e o seu valor conceptual é o que é efectivamente determinante na sua apropriação; em que nas redes de comunicações instantânea se favorece o consumo de significados e as economias se convertem em “Economias de Signos e Espaço” (Lash & Urry, 1994). É asserção deste trabalho não necessariamente num regime de roda livre, de forma simulada, desgarrada ou mesmo esquizofrénica e desnorteada

(Baudrillard, 1981, 1998; Deleuze & Guattari, 2000), mas também, consoante se verá, como consumo de significados sugeridos pelos e impostos aos próprios lugares (Morley & Robins, 1995; Urry, 1995), individualmente apropriados no regime de prosumo do espaço admitido pelas tecnologias locativas em que surge como elemento de satisfação, ligado ao desejo da produção da própria identidade, do sentido de lugar e da pertença social.

. Como desiderato, é legítimo admitir que **o advento da condição do indivíduo como consumidor e a percepção do *Self* como semiótico<sup>240</sup> são inextirpáveis entre si e juntas constituem o paradigma enformador do modelo cultural e do modo de desenvolvimento baseado nas redes e na informação a que subsequentemente se chegou e determinantes das tecnologias que foram desenvolvidas para o compor.**

Se como se sugeriu, “as modernas noções ocidentais da formação do indivíduo/self social estiveram sempre fortemente ligadas a um série de crenças rodeando a satisfação das necessidades e ambição económicas bem como o desejo pessoal”, então, plasmada pelos avanços nas tecnologias da comunicação e da informação e na indústria do entretenimento que mesclam de uma forma sem precedentes as forças económicas e culturais, “a cultura dos bens e os modos de envolvimento consumista dão forma à busca de significado, pertença social e autodefinição dos modernos sujeitos” (Dunn, 2008, pp. 4-5)<sup>241</sup>, surgindo o moderno individualismo fortemente arreigado à ideia de que os objectos são suas extensões.

Nos ambientes sociais contemporâneos, os bens são codificados para comunicação e o seu valor depende de como potencialmente podem ser mobilizados pelos adquirentes para se envolverem com os outros actores sociais numa série de permutas, preenchendo aspirações contraditórias, a prossecução de múltiplos papéis e uma experimentação permanente.

O consumo, está tão virado para os outros como para o próprio. Não constitui, necessariamente, um acto de solipsismo. Concomitantemente a perspectiva antropológica recorda-nos que “ele é feito de gestos que marcam identidade, estima, convenções de calendário quanto a certas datas que é necessário celebrar” e que no mundo dos bens, “o consumo é um sistema de rituais recíprocos que presumem dispêndios para marcar de forma apropriada a ocasião, os convidados e os anfitriões, ou a comunidade no geral” (Douglas & Isherwood, 2003, p. xxii).

Esta visão, originalmente gizada no final da década de 70 e por conseguinte pré a tripla

---

<sup>240</sup> Equivalente à condição individual num mundo crescentemente mediático e povoado por materiais simbólicos que Thompson (1995, p. 207 e seg.s), por exemplo, caracteriza como projecto de organização reflexiva através do qual o indivíduo incorpora os materiais mediados numa narrativa biográfica, incluindo a exploração de novas possibilidades e da abertura de novas arenas para a experimentação. Sobre a construção narrativa da identidade cf. “Narrativa. Avaliar o geocaching como prática narrativa. Homo viator narrans”, na página nº 245 e seg.s.

<sup>241</sup> Em linha com o nosso raciocínio, num permanente diálogo e revisão críticas das diversas correntes do pensamento social, Dunn fornece a mais estimulante e exaustiva tentativa de relacionar consumo e subjectividade, advogando o seu nexa como ainda outra estratégia para reconciliar o eterno debate entre estrutura e agência ou, na sua formulação, preferencialmente, entre sistema e actor. Na sua visão, o Self pode sucumbir à comodificação, porém a condição reflexiva institui igualmente uma possibilidade de resistência, admitindo-se que ele constitui o “elo perdido” e negligenciado “nas controvérsias acerca das manipulações e opressões da cultura de massas hegemónicas” (op cit, p. 194).

revolução sugerida por Rainie e Wellman (2012), não corresponde preto no branco à realidade que se encontra no espaço comunicativo virtual, o seu referente empírico é o de proximidade. No entanto, ela continua útil na medida em que posiciona os bens da mesma forma que hoje se afirma que a tecnologia reposiciona a situação: **os bens como sistemas de informação**. E vai de encontro às críticas tecidas ao individualismo em rede como excessivamente utilitarista, coincidindo com a nossa ideia de que este arvora um clima de incerteza e um problema de “reciprocidade”, na medida em que salienta que “os rituais de consumo são marcas de amizade” fazendo depender a viabilidade de uma cultura do enquadramento organizacional que permita conferir aos objectos um valor reconhecível, capaz de os fazer circular como marcadores de conjuntos particulares de papéis sociais.

De facto, consistentemente com Bourdieu (1979), Douglas e Isherwood (2003, p. 130 e seg.s) integram o uso dos bens como marcadores sociais segmentando-os em três estilos ou “classes de consumo” correspondentes a outros tantos tipos de escalas de rendimento disponível e de preferência pelos tipos de bens apropriáveis (decalcando grosso modo os sectores de actividade produtiva): “essenciais” (*staple*, correspondente aos bens que satisfazem necessidades primárias e ao consumo em pequena escala dos estratos economicamente desfavorecidos), “tecnológicos” [incorporados e acessíveis ao escalão de consumo da classe (inter)média] e “informativos” (correspondentes ao grosso dos gastos das classes economicamente abonadas). Assim, sugerem, as classes sociais favorecidas, tendo feito um investimento substancial de tempo na aquisição do capital cultural necessário para manipular os bens simbólicos tende a proteger o seu investimento impondo barreiras de admissão, condição de salvaguarda do seu rendimento e do valor da sua “qualificação” (idem, p.147 e seg.s).

Tal como Bourdieu, em contrapartida, tal formulação encontra-se em parte datada. Se o que a acessibilidade crescente das tecnologias da informação e da comunicação faz é potencialmente remover barreiras no acesso aos bens culturais, fomentando a acessibilidade e intermutabilidade universais da informação e do conhecimento, então a sua principal faculdade é destabilizarem a capacidade destes funcionarem como marcadores exclusivos em função da erosão da possibilidade de lhes impor barreiras na forma digital, efectivamente tornando o “gosto” menos determinado e mais determinístico e a sobreposição entre o espaço das classes e o dos estilos de vida menos clara.

Facilitado pelas acrescidas mobilidades (inclusive as puramente imaginativas e virtuais), o carácter estruturante do consumo cultural sobre a identidade passa a ser expresso menos como estratégica conservadora de salvaguarda da posição e mais como oportunismo activo e forma “hedonismo calculista”, na acepção de D. Bell. Fazendo com que de facto “o problema da tecnologia deva ser colocado em termos de confrontos entre pessoas pensando em novas maneiras de fazer coisas a pessoas” sendo, porém necessário admitir que tais pessoas deixaram eminentemente de se pensar como “classes” ou sequer como integrantes de certas “profissões” e passaram rever-se e a manifestar a sua distinção em função dos seus interesses alargados, mormente expressos nas opções mantidas no exercício do lazer.

Como resultado, conquanto os capitais continuem a importar e a operar da mesma forma, o poder explicativo do conservadorismo e da luta pela definição do gosto legítimo deve assim ser

reequacionado em função dos valores da classe média e da obnubilação da distinção entre as estética kantiana e anti-kantiana (Corrigan, 1997, p. 29), passando a ser menos função cognitiva e distanciada da primeira do que da estética expressiva da segunda, assumindo uma feição popularizada, envolvida e sensual de preferência a uma atitude intelectualizada e contemplativa (*cf.* acima, p.122), ao mesmo tempo que a indiferenciação e os ciclos crescentemente curtos de obsolescência dos objectos de consumo compelem a formas compensatórias no coleccionismo nostálgico (*cf.* acima, nota 173, p.233).

## ANEXO C ELEGIA DO ALASCA. DA VIAGEM IMAGINADA E DA MITOGRAFIA DA AUTO-SUBSISTÊNCIA COMO ESCAPISMO E CORREIAS DE TRANSMISSÃO DA GAIOLA DE VIDRO. *UM ALÉM RECONFORTANTE*

“Se tivermos presente o quão frequentemente a percepção de propósito é suspensa ao nível do dinheiro, então torna-se claro que este e a extensão do seu papel nos colocam a acrescida mental dos objectos (...) Para ser assertivo, a distintiva experiência estética e romântica da natureza é provavelmente apenas possível através deste processo... este mundo inacessível que de facto nos rejeita, representa o extremo de aprimoramento e estilização daquilo que a natureza ainda significa para nós: uma imagem espiritual distante que nos confronta mesmo em momentos de proximidade física como algo de internamente inatingível, uma promessa que nunca é plenamente mantida e uma entidade que responde à nossa mais apaixonada devoção com uma ténue resistência e estranheza.”

Simmel (2004, pp. 483-484)

Posto que, entre as diversas formas de mobilidade, o processo da deslocação e da viagem “imaginadas” opere pela introdução através dos Mass Média de eventos, personalidades e acontecimentos na sala-de-estar, logrando através das respectivas imagens e relatos instituir processos de transferência eventual de significados e de afectos que se entrelaçam de forma complexa (Urry, 2000, p. 66 e seg.s) é admissível que as plataformas locativas impactem ainda mais este cruzamento, sendo mais ainda de admitir que possam permitir aprofundar o carácter tipicamente imaginativo pelo qual se estabelecem as entidades grupais, grandes [tais as sociedades nacionais, de acordo com Anderson (1991)] e pequenas (tais as comunhões virtuais, de que o geocaching é exemplo) bem como a constituição da própria identidade pessoal, mormente em função da possibilidade de se “colocar nas botas do outro” dando-lhe um gosto do mundo lá fora (*cf.* acima, p.134) perspectivado segundo a anamorfose da memória pessoal, cujo efeito tende ele próprio a ser um processo recriativo e imaginativo.

Neste particular, constata-se que tanto a televisão, arquetipo dos Mass Média “tradicionais”, como as mais recentes plataformas de jogos móveis locativos, exemplo dos ditos “Novos Média”, comungam a elegia do tema “Espaço Natural” (*cf.* acima, p.162 e seg.s) pelo que pode ser relevante entender o seu apelo perante as audiências da primeira como condição de melhor o compreender perante a multidão de prosumidores dos segundos (veja-se ainda a temática da domesticação do alhures, consoante R. Silverstone e D. Morley, p.276 e seg.s). É nossa sugestão que como espécie de sonho acordado, a viagem imaginativa e a introdução da fantasmagoria espacial do meio natural, mormente quando cruzada com o tema do “sobrevivalismo” nos *reality shows*, desempenha uma função simultaneamente psicológica e política relevante, permitindo ao espectador a canalização das suas ansiedades e uma vivência compensatória por procuração ao mesmo tempo que coincidentemente o socializa reverberando nos significados existenciais orientados para a auto-realização, próprios do domínio da cultura, os valores da eficiência racional da estrutura técnico-económica (Bell, 1978; Waters, 1996, p. 31), dando azo ao mecanismo transmediático descrito por Jansson (2012, 2015) como “intergilância”, expressão simultaneamente panóptica e sinóptica em que a lógica dos meios de difusão de massa crescentemente converge com a das plataformas sociais, metamorfoseando por exemplo a medida das “audiências” dos primeiros no número de “likes” das segundas (Dijck, 2013) e em que através das “séries da vida real” como fontes de conhecimento que apresentam escolhas morais

autênticas, os espectadores são levados a recriar os valores da “gaiola de vidro” (cf. acima, p.169) e da assumpção da identidade e do projecto de vida na modernidade reflexiva como alvo de escolhas e motivos de responsabilidade (sucesso ou falhanço) individual, entre as quais particularmente: a autenticidade forçada, o conformismo à equipa, a manutenção de uma fachada implacavelmente positiva e a aceitação de decisões arbitrárias<sup>242</sup>.

Assim, para melhor o testemunhar, empreendamos um momento de reflexão empírica debruçando-nos sobre o tratamento do tema “Alasca” na televisão.

Foi em Julho de 1990 que o primeiro episódio da série “Northern Exposure” (na versão portuguesa “No Fim do Mundo”)<sup>243</sup>, foi emitido na CBS. Permitindo ao espectador acompanhar o dia-a-dia de Joel Fleischman, médico nova-iorquino recém-formado e *yuppie* típico, arrancado contra vontade ao conforto da cidade para a prática num pequeno consultório numa vilória isolada do Alasca, Cicely, na qual protagonista e espectadores se viam confrontados com um universo intimista e fechado de personagens picarescos movimentando-se contra um pano de fundo em cuja imagética o horizonte largo da paisagem, episódio após episódio, era feito preceder, no genérico, pela deambulação espontânea de um alce no espaço urbano (na verdade, um animal arrancado ao zoo que a produção só conseguiu movimentar perante as câmaras agitando o equivalente a um fardo de palha) e reforçado amiúde, na montagem, através da introdução do eco remoto do pio de uma águia, numa espécie de senciência da vida selvagem.

Efectivamente filmado em Rosemary, no contíguo estado de Washington, a série de ficção granjeou um *fandom*<sup>244</sup> que lhe permitiu vir a conhecer seis *seasons*, estabelecendo-se como pioneira de sucesso do interesse das audiências pelo tema “Alasca”. Uma veia subseqüentemente aprofundada pelos *reality shows*, a ponto de actualmente uma pesquisa na base de dados [thetvdb.com](http://thetvdb.com)<sup>245</sup> registar cerca de oito dezenas de séries que sobre os mais diversos prismas acompanham ou acompanharam o dia-a-dia de grupos humanos afastados da “civilização” e repartidos por um território conhecido pela inclemência dos seus elementos e pelo rigor dos seus Invernos, pela dificuldade de circulação e frugalidade da rede viária, condicionadas pela geografia. Uma região que surge como modelo de *finisterra* ou, portuguesamente, “cú de Judas”. Largamente situada em latitudes circumpolares e tardiamente adquirida por um pouco mais de 7 milhões de dólares à Rússia, em 1867, constitui no presente simultaneamente o estado com maior área da federação (efectivamente quase o triplo do Texas, o segundo em dimensão) e de muito longe o menos densamente povoado.

Um interesse mediático que suscita a perplexidade dos próprios habitantes levando a que Emily Fehrenbacher mantenha no Alaska Dispatch<sup>246</sup>, publicação baseada em Anchorage, uma coluna semanal

---

<sup>242</sup> Como se compreende interessa-nos apenas aqui explorar as *nuances* da imersão imaginativa em meio natural. De outra forma, excelentes análises da “Reality TV” e da coincidência dos valores que ela carrega com os do “mercado” e a “amplificação dos valores do neoliberalismo” podem ser particularmente encontradas tanto em Andrejevic (2004) como em Couldry (2008), num trabalho igualmente reproduzido como cap. IV em Couldry (2010b, p. 73 e seg.s) e em Thumim (2012), em particular no cap. IV desta (p. 70 e seg.s).

<sup>243</sup> Cf. <http://www.imdb.com/title/tt0098878/>

<sup>244</sup> Cf. por ex. <http://www.moosfest.org/index.php>

<sup>245</sup> Cf. <http://thetvdb.com/?string=Alasca&searchseriesid=&tab=listseries&function=Search>

<sup>246</sup> Em linha: <http://www.adn.com/author/emily-fehrenbacher>

onde procede a um “reality check” no qual sistematicamente confronta e desmonta a ficção transparecendo por entre os factos desta “realidade” mitificada, *scriptada* e obviamente intensamente editada.

Como espaço mito, a representação do Alasca nos Média e a óbvia adesão que ela suscita, não só nos norte-americanos como crescentemente um pouco por todo mundo, com canais tais o Discovery Channel e o National Geographic a incorporarem a oferta por cabo e as dietas de média de países tão dispares como a Nova Zelândia, o Reino Unido ou mesmo Portugal, granjeando o entusiasmo de públicos e sociedades, de outra forma aparentemente muito distantes, revelam algo em comum no que semanalmente os leva a unirem-se nas suas salas-de-estar em torno e através de um já não tão “pequeno ecrã” que os expõe a situações tais as atribuições dos “últimos habitantes” do Refúgio Ártico da Vida Selvagem, um perímetro do tamanho da Carolina do Sul onde a presença humana foi banida e restam apenas oito licenças consuetudinárias de residência, tal *The Last Alaskans*<sup>247</sup>; o dia-a-dia de figuras como Sue Aikens, única proprietária e residente de Kavik River Camp<sup>248</sup>, um posto de abastecimento de combustível para aeronaves situado na tundra, a centenas de quilómetros da localidade mais próxima e em que apenas ursos e raposas são presença assídua, tal *Life Below Zero* (em português “Vida Abaixo de Zero”)<sup>249</sup>; a vida na localidade também ela remota e dificilmente acessível de McArthur, alcançável mediante um caminho impraticável, construído sobre os carris de uma antiga via férrea, tal *Edge of Alaska*<sup>250</sup>, onde em acréscimo se explora os dilemas do confronto entre o progresso e a promoção turística e os que preferem a reclusão e manter os forasteiros à distância; ou ainda, entre os muitos exemplos que se poderiam ainda dar, as peripécias de uma localidade costeira, esquecida esta no extremo norte da Ilha de Príncipe de Gales, tal *Port Protection* (em português “Porto Seguro”)<sup>251</sup>.

Tal entusiasmo verte-se sobre e reflecte-se no espaço dos média sociais, mormente do Facebook que os produtores aproveitam para fomentar o interesse dos espectadores, seja lançado *previews* e “cenas cortadas exclusivas” que não integram a versão televisiva, seja mantendo páginas em que fazem igualmente promover sessões de “Perguntas e Respostas” que, num *twist* ao modelo da interacção para-social de Horton e Wohl (1956) colocam em tempo real e em diálogo directo espectadores e protagonistas, permitindo aos primeiros seja estabelecer com eles “amizades” seja exprimir “aprovação” ou “reprovação” dos seus comportamentos no ecrã, constitui um exemplo interessante e um crisol onde algumas das preocupações que animam o presente trabalho se podem rever.

Desde logo elas compõem um exemplo de convergência entre meios de comunicação – televisão, redes sociais e mesmo redes P2P, através das quais os espectadores mais impacientes contornam a calendarização das estações, variável de país para país - e ao mesmo tempo um caso exemplar de viagem simultaneamente virtual (veiculando imagens de lugares concretos, explorando a parafernália das *action cams* e dos *drones*, que inclusive levaram *Life Below Zero* a conquistar em 2016

<sup>247</sup> Homepage: <http://www.discovery.com/tv-shows/the-last-Alaskans/>

<sup>248</sup> Em linha: <http://kavikrivercamp.com>

<sup>249</sup> Homepage: <http://channel.nationalgeographic.com/life-below-zero/>

<sup>250</sup> Homepage: <http://www.discovery.com/tv-shows/edge-of-Alaska/>

<sup>251</sup> Homepage: <http://channel.nationalgeographic.com/port-protection/>

o Emmy atribuído na categoria de “Outstanding Cinematography for a Reality Program”) e imaginativa, de adesão dos públicos à passibilidade de se verem mediaticamente transportados, convidando ao exercício projectivo mediante o qual o espectador deseja rever-se nos personagens, identificar-se (Jonathan, 2014) com a revelação dos detalhes das suas opções de vida, dos seus episódios marcantes, dos seus receios e das suas alegrias, estabelecendo um laço e uma “intimidade” que se forma entre o aconchego da sala-estar do primeiro e o espaço sombrio e acanhado das “cabanas” dos segundos, nas quais as imagens foram colhidas e no qual a desorganização própria de uma habitação constituída por pouco mais de uma divisão surge como elemento perceptivelmente “espontâneo” que reforça a “autenticidade” das “confidências” feitas perante a câmara e em que a luz bruxuleante dos omnipresentes *stoves* (fogões usados para aquecimento) constitui em acréscimo um elemento de “conforto” face ao espectro das agruras que se antevê pairarem “lá fora” (as temperaturas glaciais, os noitibós, os ursos e glutões, deambulando pelas matas...).

Na dramatização televisiva do Alasca encerra-se, por conseguinte, uma ambiguidade reveladora. O sentido de “cosmopolitismo” inerente no comum “gosto” do consumo televisivo de públicos tão separados no espaço, revela uma apetência *a contrario sensu*: a atenção da plateia global surge focalizada num horizonte estreitamente, quase obsessivamente, local, sendo animada pelo fascínio pela comunidade perdida e pela possibilidade de uma vida “mais simples”, onde a tecnologia e a manietação da vida urbana estão decisivamente arredados, afirmando-se os personagens num modo de vida auto-sustentado, em formas nostálgicas de caça-recolecção, na total mestria dos seu tempo e dos seus ritmos.

A sua imagética dominante é a do deserto e do ermitério – refúgio de S. João Baptista, mas também dos capuchinhos da Serra de Sintra ou dos franciscanos da Arrábida, para dar dois exemplos mais contíguos à sede onde se apresenta este trabalho -, do isolamento como condição de autarcia frequentemente associado à competência, à *bricolage* e aos *hobbies* (o individuo que constrói o seu próprio abrigo, que caça e pesca a sua própria comida); numa espécie de renovação do mito da “última fronteira” (não por acaso, *Alaska The Last Frontier* e *Ultimate Survival Alaska* contam-se entre os nomes de séries já produzidas), deslocando, no universo norte-americano, a atenção da cada vez mais apinhada Califórnia e substituindo os apelos do “Go West” pelo do “Go North” e das praias solarengas, também da Flórida, pelo do gelo setentrional. Ela revela algo de perene à cultura através dos tempos: o tema da reclusão como forma de aprofundamento espiritual e condição de o individuo se renovar aproximando-se, no isolamento, alternativamente de “Deus” e de si próprio<sup>252</sup>, num entendimento tácito de que a “autenticidade” e a possibilidade de atingir a verdadeira “liberdade”, como “algo que é fonte de si mesmo”, pressupõem, numa náusea da civilização, a reversão do processo de internalização dos controlos por esta instituídos e a necessidade do afastamento da vida social metropolitana e dos atilhos e desvios de atenção que ela impõe dando azo a um impulso vitalista, expressão energética e animal do

---

<sup>252</sup> No mesmo sentido vai a interpretação de Illouz (2009, pp. 191-193), com que viemos a contactar subsequentemente: “para a sensibilidade romântica, a natureza é a manifestação directa de Deus e oferece a possibilidade de entrar em contacto com ele” promovendo simultaneamente a “regeneração do eu”; regresso ao jardim do Éden onde os homens originalmente se apresentavam conforme imediatamente “criados”: nus, “autênticos” e intocados pelo “pecado”:



organismo oprimido pela artificialidade da vida em sociedade que busca regressar a um mítico estado de “soltura” natural, marcado pelo primado dos sentidos e das necessidades imediatas, à semelhança da interpretação de Wouters (1986), no esteio de Elias (1994), ou de Turner (1969), para quem, já no campo do profano e do instinto sem freios, a *communitas* como espaço de liminaridade constituiria uma forma de anti-estrutura.

Pode assim identificar-se na fantasia do Alasca consoante pintada pela *reality TV* um espaço de sonho acordado; um anti-espaço de consumo que permite a “fuga” estabelecendo-se contra a saturação dos espectadores perante as típicas catedrais de consumo; espaço eu-tópico, um outro lugar situável porém fora do espaço convencional; espaço de autarcia e informalidade míticas onde o “dinheiro” não tem valor e cuja *clousure* como espécie de “enterro do Carnaval” que V. Turner identifica como condição de sucesso e fase potencialmente problemática se faz no ritual mediático da televisualização naturalmente e sem “ressaca” com o fim de cada *season*.

Consoante se verá, no geocaching este impulso surge identicamente mimetizado no jogo como comunhão festiva e dissimulada que procura como seu espaço ideal o local natural, instituindo a busca dos geocaches como ritual de superação dos limites pessoais. E consoante igualmente se constará, no jogo locativo como na *Reality TV* institui-se ainda uma segunda ordem de ambiguidade: a negação manifesta dos valores da sociedade do consumo efectivamente traz no regaço a sua apologia latente. No jogo, através do confronto do seu aparente “desinteresse” com a competitividade, o apelo dos “números”, dos “rankings” e do “pódio” e na televisão através do discurso dos personagens como efectivamente conforme o contorno da relação umbilicalmente reconhecida entre a ética protestante e o espírito do capitalismo.

Para o concluir basta observar os enredos e o *récit* que, consumando a metáfora do “disco riscado”, os personagens televisivos incessantemente repetem e no qual se torna evidente que na heterotopia de compensação desenhada, mesmo “longe da civilização”, as dinâmicas e os dilemas do quotidiano são superáveis segundo atitudes, estratégias e valores reconfortantemente próximos da realidade a que os espectadores no quotidiano estão habituados; sugerindo implicitamente resignação, acomodamento, inevitabilidade e uma moldura de raciocínio marcada pelo “mesmo que a minha vida fosse radicalmente diferente seria essencialmente o mesmo” e admitindo como conclusão que “é preciso imaginar que se viaja para se sentir bem em casa”.

Ilustremo-lo, pois, com a transcrição<sup>253</sup> de parte dos monólogos mantidos pelos personagens na série *Life Below Zero* fazendo a respectiva correspondência com os valores promovidos pela “gaiola de vidro”, na formulação de Gabriel (*cf.* acima. p.169). Por economia de espaço vamos ater-nos a excertos do primeiro episódio da sua oitava temporada (emitida pelo primeira vez em 18 de Out. de 2016), dando não obstante ao leitor a segurança de saber que a acuidade da respectiva amostra deriva de a termos visualizado na totalidade dos seus 93 episódios (“Especiais” incluídos).

Para melhor enquadramento, tenha-se presente que a estrutura de cada episódio envolve o

---

<sup>253</sup> Obtida a partir das legendas em formato \*srt incluídas nos ficheiros \*mkv, extraídas e tratadas com as aplicações MKVToolNix <<https://mkvtoolnix.download/>> e Subtitle Edit <<http://www.nikse.dk/SubtitleEdit/>>. A anotação segue a convenção: Number,Start time (hh:mm:ss:ff),End time (hh:mm:ss:ff),"Text".

acompanhamento recursivo e alternado (em média três-quatro *clips* por figura) dos quatro personagens-base que a série acompanha desde o início (outros dois marcaram pontualmente presença), desenvolvendo-se em cada um a “acção” em torno de um evento exemplificativo do seu “quotidiano”, conquanto claramente muitos correspondam a um “acordo” pré-estabelecido com a produção do programa. A série contempla a intervenção pontual de um narrador como *voz off*, porém jamais os personagens são alvo de interlocução directa pela produção, ao invés, discorrem de forma aparentemente espontânea.

Os *leitmotifs* glosados são invariavelmente os da auto-suficiência, da manutenção de uma atitude implacavelmente positiva, da apologia do oportunismo e da importância fundamental de se ser adaptável, de estabelecer objectivos e de mostrar capacidade de aprender e de se reciclar, da lei da sobrevivência dos mais fortes e da necessidade de se ser produtivo, do empreendedorismo e do sucesso que advém da perseverança e da autenticidade como fidelidade a si próprio. Ao mesmo tempo que se mostra resignação perante certas coisas que não se podem mudar.

Transversalmente encontra-se ainda a ideia do trabalho que não é trabalho; do divertir-se trabalhando, fazendo aquilo de que se gosta, mesmo que seja “no duro”.

Assim, seguindo a ordem cronológica pela qual os personagens surgem no episódio versado, a estória de **Sue Aikens** é a do exemplo bem-sucedido de alguém que começou por ser empregado e subsequentemente adquiriu os meios de produção. O seu discurso é o do predador, literalmente o discurso do “comer ou ser comido” em que implicitamente se pode reconhecer a apologia do mercado na lógica evolucionista da sobrevivência dos mais aptos. Os adversários de Sue são os ursos, os glutões e os lobos de que vive rodeada; “predadores de topo” a que se mantém atenta e perante os quais mantém como regra uma atitude competitiva e aguerrida na defesa da sua propriedade privada:

14 00:00:41,726 --> 00:00:44,293 WHEN YOU SEE A PREDATOR, YOU RUN, YOU DON'T WALK.  
 15 00:00:44,361 --> 00:00:45,728 **THAT'S THE RULE.**  
 16 00:00:45,796 --> 00:00:48,430 THIS WOLVERINE AND I HAVE BEEN GOING ROUND AND ROUND.  
 17 00:00:48,499 --> 00:00:51,667 THERE'S A FEW PREDATORS THAT, KAVIK IS OBVIOUSLY PART OF  
 18 00:00:51,736 --> 00:00:54,503 THEIR TERRITORY BUT IT'S OBVIOUSLY PART OF MINE.  
 19 00:00:54,572 --> 00:00:57,039 **I NEED TO DEFEND WHAT I DO HAVE.**  
 533 00:26:31,274 --> 00:26:33,808 BUT I'M, I'M, WHAT I'M DOING IS TELLING HIM.  
 534 00:26:33,876 --> 00:26:38,112 "DUDE, THIS IS NOT YOUR GROUND; THIS IS MINE."

Em que é preciso agir e tomar decisões, mesmo em situações de indeterminação:

20 00:00:57,108 --> 00:00:58,874 THE LONGER I TAKE HEMMING AND HAWING,  
 21 00:00:58,943 --> 00:01:01,577 THE FURTHER AWAY IT GETS.  
 22 00:01:01,645 --> 00:01:03,612 **I'M GONNA CALL IT EITHER A WOLVERINE OR A WOLF.**  
 23 00:01:03,681 --> 00:01:07,149 WHICHEVER ONE, IT'S AN APEX PREDATOR AND I'M ALL OVER IT.

Ao mesmo tempo é apresentada como uma mulher realizada e fiel a ela própria fazendo aquilo de que gosta:

00:01:43,621 --> 00:01:45,521 OVER THE COURSE OF MY 50 YEARS,  
 31 00:01:45,589 --> 00:01:47,923 I'VE PICKED UP A LOT OF HABITS THAT **CULMINATE IN ME**  
 32 00:01:47,992 --> 00:01:50,592 **BEING SUCCESSFUL AT BEING VERY ISOLATED..**  
 35 00:01:55,332 --> 00:01:58,433 WHEN I'M ALONE **DOING MY OWN THING, I BLOSSOM.**

Que assume a vida como “competição” e “jogo” em que entra para ganhar:

927 00:46:16,975 --> 00:46:23,046 THIS IS AN ABSOLUTELY NECESSARY PART OF MY SURVIVAL  
 928 00:46:23,348 --> 00:46:25,715 OUT HERE IN THE WILDERNESS.  
 929 00:46:25,784 --> 00:46:30,253 **BEAUTIFUL, BEAUTIFUL GAME OF CHESS PLAYED WITH THIS GUY.**  
 930 00:46:30,322 --> 00:46:33,156 **BUT, CHECKMATE, MAN.**  
 931 00:46:33,592 --> 00:46:35,725 **CHECKMATE.**

Casado com uma nativa esquimó, cujos hábitos nômadas adoptou e pai de cinco raparigas, o discurso de **Edward Hailstone** por seu turno é o discurso do sucesso associado ao oportunismo e à flexibilidade, do “adaptar-se ou morrer”. É ao mesmo tempo o discurso reconfortante do *homestead*, do pai que se preza de prover a família sem necessidade de dinheiro e que se mostra animado pela vontade de lhe transmitir os valores de uma existência frugal, mas “genuína”. Em que como “equipa” produtiva e bem organizada esta retira prazer do tempo passado em comum, nunca se “queixa” nem se “aborrece”:

56 00:03:13,444 --> 00:03:15,377 CHIP HAILSTONE: **THE FACT IS SUCCESS IS REALLY**  
 57 00:03:15,446 --> 00:03:18,881 **OPPORTUNITY MEETING PREPAREDNESS**  
 00:06:09,386 --> 00:06:11,286 IF YOU MAKE A ROCK-SOLID PLAN TO HUNT JUST ONE THING,  
 128 00:06:11,355 --> 00:06:12,687 YOU'LL OFTEN BE DISAPPOINTED.  
 129 00:06:12,756 --> 00:06:13,855 **SO BE FLEXIBLE.**  
 130 00:06:13,924 --> 00:06:16,691 **IF YOU'RE NOT FLEXIBLE, YOU DON'T SURVIVE.**  
 131 00:06:16,760 --> 00:06:20,996 WHICH IS PART OF IT, IT'S LIKE **IMMEDIATE ADAPTATION.**

73 00:04:00,524 --> 00:04:03,959 I WENT OUT OF MY WAY TO TEACH MY CHILDREN THIS LIFESTYLE.  
 74 00:04:04,028 --> 00:04:05,761 MY KIDS ARE JUST NATURALLY FOLLOWING ALONG.  
 75 00:04:05,829 --> 00:04:07,562 **I'VE NEVER HEARD THEM COMPLAIN.**  
 76 00:04:07,631 --> 00:04:09,598 **I'VE NEVER REALLY HEARD THEM BEING BORED.**  
 77 00:04:09,667 --> 00:04:12,668 THEIR VALUE IN THIS LIFE IS TO **BE HAPPY, IS TO BE HEALTHY,**

O importante é não desperdiçar o tempo, não parar quieto e persistir:

161 00:07:43,747 --> 00:07:47,516 **I DON'T KNOW, BUT UM, I'M TRYING.**  
 162 00:07:48,018 --> 00:07:49,784 MY WIFE, SHE KNOWS **I DON'T WASTE MY TIME.**  
 163 00:07:49,853 --> 00:07:51,052 EVEN IF I COME BACK WITH NOTHING,  
 164 00:07:51,121 --> 00:07:55,457 SHE'LL HAVE KNOWN I WAS OUT HERE **TRYING MY BEST.**  
 166 00:07:57,394 --> 00:08:01,596 IT'S HUNTING, IT'S NOT SHOPPING IN A STORE.

765 00:38:03,148 --> 00:38:05,315 YESTERDAY, I GOT A LITTLE MORE AND MORE FRUSTRATED  
 767 00:38:07,086 --> 00:38:08,518 **BUT I KNEW TO BE PERSISTENT.**  
 768 00:38:08,587 --> 00:38:11,922 AND THAT'S, THAT'S WHAT YOU HAVE TO DO OUT HERE.

Assumindo a “adaptabilidade” como efectiva “acomodação” perante o inevitável de certas

“coisas neste mundo” :

701 00:35:21,103 --> 00:35:22,569 CHIP HAILSTONE: **THERE'S THINGS IN THIS WORLD THAT ARE**  
 702 00:35:22,638 --> 00:35:24,20 **JUST BIGGER THAN US AND YOU GO WITH THE FLOW.**  
 70300:35:24,273 --> 00:35:25,87 YOU BE LIKE THE GRASS, AND YOU MAKE THE **BEND IN THE**  
 704 00:35:25,941 --> 00:35:28,642 **WIND AND YOU SURVIVE.**

811 00:39:50,856 --> 00:39:52,322 NOT ONLY THAT, I LIKE THE SATISFACTION OF  
 812 00:39:52,391 --> 00:39:54,391 GETTING IT MYSELF.  
 813 00:39:54,460 --> 00:39:57,794THERE'S A LOT OF SATISFACTION IN BEING A SUCCESSFUL HUNTER.

Já **Glenn Villeneuve** dá corpo ao discurso da reciclagem permanente dos saberes de forma de forma a poder retirar partido das oportunidades. Assim, as capacidades de que Glenn precisa no mato revelam ser idênticas às necessárias para qualquer *yuppie* prosperar nas grandes metrópoles:

187 00:08:50,414 --> 00:08:52,647 I'D LIVED IN NEW YORK CITY, I'D LIVED IN BERLIN,  
 188 00:08:52,716 --> 00:08:54,883 I'D LIVED IN ALL THESE DIFFERENT PLACES,  
 189 00:08:54,952 --> 00:08:56,585 BUT WHEN I MOVED INTO THE WOODS,  
 190 00:08:56,653 --> 00:09:01,456 IT WAS JUST LIKE I FOUND THE WAY OF LIFE THAT WAS FOR ME  
 .  
 167 00:08:04,601 --> 00:08:05,967 GLENN VILLENEUVE: IT'S ALL ABOUT **BEING PREPARED,**  
 168 00:08:06,036 --> 00:08:08,103 AND **UNDERSTANDING, AND LEARNING MORE EVERY YEAR,**  
 169 00:08:08,172 --> 00:08:11,339 AND **TAKING ADVANTAGE OF THE OPPORTUNITIES THAT EXIST.**

Em que a palavra de ordem é “produzir ou morrer”:

49 00:42:03,989 --> 00:42:05,755 GLENN VILLENEUVE: **IF YOU DON'T WANT TO BE PRODUCTIVE,**  
 850 00:42:05,824 --> 00:42:07,290 THIS ISN'T THE PLACE FOR YOU.

## XXXVIII

851 00:42:07,359 --> 00:42:08,592 **YOU GOT TO PRODUCE OUT HERE.**  
85200:42:08,660 --> 00:42:13,063 **IF YOU DON'T PRODUCE, YOU DIE.**

Definindo, perseguindo e mantendo os objectivos debaixo de olho:  
887 00:43:43,922 --> 00:43:48,792 IT'S STILL A LONG WAYS, BUT **THE GOAL'S IN SIGHT.**

No espaço remoto e ermo, constata-se, é a “natureza” quem fez as regras, diferentes porém iguais às do mercado, logo, estas são inescapáveis, inscritas e legitimadas como parte da ordem “natural” das coisas:

353 00:17:24,827 --> 00:17:26,727 GLENN VILLENEUVE: OUT HERE, IT'S A DIFFERENT SET OF RULES  
354 00:17:26,796 --> 00:17:29,229 AND REGULATIONS, AND HUMANS DIDN'T WRITE 'EM.  
355 00:17:29,298 --> 00:17:32,866 **NATURE WROTE THE RULES OUT HERE.**  
407 00:19:53,175 --> 00:19:57,711 **YOU GOTTA ADAPT.**

Finalmente, em **Andy Basich** encontramos a narrativa do *bricoleur* e do homem dos sete ofícios que nunca se recusa a aprender a manipular mais uma ferramenta, mantendo-se constantemente aberto à possibilidade de adquirir mais uma competência. Ao mesmo tempo é o discurso da formiga que deve aproveitar freneticamente o curto Verão como preparação para o longo Inverno e o de quem sente ter a obrigação de aproveitar ao máximo a sua vida activa, pois “é a maneira como as coisas são”:

251 00:11:58,135 --> 00:11:59,901 ANDY BASSICH: THAT'S WHAT LIFE IS OUT HERE,  
252 00:11:59,970 --> 00:12:01,603 IT'S ALWAYS PLANNING FOR THE FUTURE,  
253 00:12:01,671 --> 00:12:04,072 IT'S ALWAYS **ADAPTING TO THE SEASONS,**  
254 00:12:04,141 --> 00:12:06,474 **MEETING THE CHALLENGES HEAD-ON.**

274 00:12:59,563 --> 00:13:01,729 IT'S GONNA TAKE A LOT TO KICK ME OUTTA HERE.  
275 00:13:01,798 --> 00:13:03,465 BUT AT THE SAME TIME, I'M GETTING OLDER,  
276 00:13:03,533 --> 00:13:06,901 AND MY CLOCK IS TICKING ON HOW MUCH THIS BODY'S GONNA  
277 00:13:06,970 --> 00:13:08,136 BE ABLE TO DO.  
278 00:13:08,205 --> 00:13:10,371 AND SO **I KIND OF FEEL LIKE I GOT TO GET IT DONE NOW**  
279 00:13:10,440 --> 00:13:13,675 WHILE I'M HEALTHY, I'M IN GOOD SHAPE, AND I CAN,  
280 00:13:13,743 --> 00:13:15,877 I CAN DO THE HARD WORK THAT IT'S GONNA TAKE TO,  
281 00:13:15,946 --> 00:13:18,112 **TO BUILD MY DREAM THE WAY I WANT IT.**

822 00:40:42,141 --> 00:40:43,874 I MEAN, I'M ALREADY THINKING ABOUT,  
823 00:40:43,942 --> 00:40:46,977 WHAT DO I NEED TO GET DONE THIS SUMMER TO PREPARE  
824 00:40:47,045 --> 00:40:48,912 ME FOR NEXT WINTER.  
825 00:40:48,981 --> 00:40:50,313 **THAT'S JUST THE WAY IT IS.**  
826 00:40:50,382 --> 00:40:53,450 YOU WANNA BE WELL-PREPARED.

Para ele o trabalho é árduo mas não é trabalho, porque é divertimento:  
845 00:41:48,840 --> 00:41:51,074 TAKE THE TIME TO DO SOMETHING **THAT'S KIND OF FUN**  
846 00:41:51,143 --> 00:41:53,443 **EVEN THOUGH IT'S HARD WORK.**  
847 00:41:53,512 --> 00:41:56,346 AND JUST CONTINUE TO DO THE KINDS OF THINGS THAT,  
848 00:41:56,415 --> 00:42:00,617 THAT I LOVE TO DO OUT HERE.

882,00:43:27,20,00:43:29,17," BUT CONFUCIUS ONCE SAID THAT,"  
883,00:43:29,17,00:43:33,15," **'A MAN WHO LOVES HIS WORK NEVER WORKS A DAY IN HIS LIFE,'**"  
884,00:43:33,15,00:43:35,19," AND THAT'S KIND OF THE WAY MY LIFE IS."  
885,00:43:35,19,00:43:37,14," I LOVE DOING WHAT I DO."  
886,00:43:37,14,00:43:41,22," **IT'S A LOT OF HARD WORK, BUT IT DOESN'T FEEL LIKE WORK."**

E o dinheiro não importa nada, conquanto efectivamente se apresente rodeado de aparatos industriais:

816 00:40:08,674 --> 00:40:10,207 ANDY BASSICH: FOR ME, MONEY OUT HERE, IT'S,  
817 00:40:10,275 --> 00:40:14,010 THE ONLY THING IT'S GOOD FOR IS FIRE STARTER.

Constata-se, por conseguinte, que a natureza é simultaneamente desejada e procurada, porém temida e malvista. Ela conforta e repara, mas ao mesmo tempo quer-nos matar (figura recorrente no discurso). Regressar a ela seria bom, mas mete medo. É um risco preferível de delegar.

Tal como o efeito “disco riscado” não é necessariamente um acto de “maldade” ou manipulação premeditada, tão só um simples artifício que por um lado visa conferir ao espectador um sentido de familiaridade e por outro deriva das condições materiais e dos próprios custos da produção em que se tenta extrair o máximo de “rendimento” das imagens recolhidas, mais do que como teoria de conspiração, atribuindo-lhe uma espécie de modo de operação demoníaco do “capital”; esta coincidência monotemática no discurso pode ser melhor descrita como penetração subconsciente da “estrutura de sentimento do tempo”, *apud* a figura de Raymond Williams.

Assim, os valores promovidos por *Life Below Zero* e similares não derivam certamente da “Goldman Sachs” manter um consultor permanentemente na sala de montagem, acolitando editores e realizadores. O que a equipa de realização faz é tentar corresponder ao desejo das audiências, ela é norteadada pela necessidade de maximizar os *ratings* e, por conseguinte, deve ser vista como interpretação da interpretação das necessidades e anseios pelos produtores daquilo que compele o público, por eles medidos.

Neste sentido, porventura, os *reality shows* determinam menos o espírito das audiências do que são por ela determinados; são um eco delas tanto quanto uma forma de as sugerir.

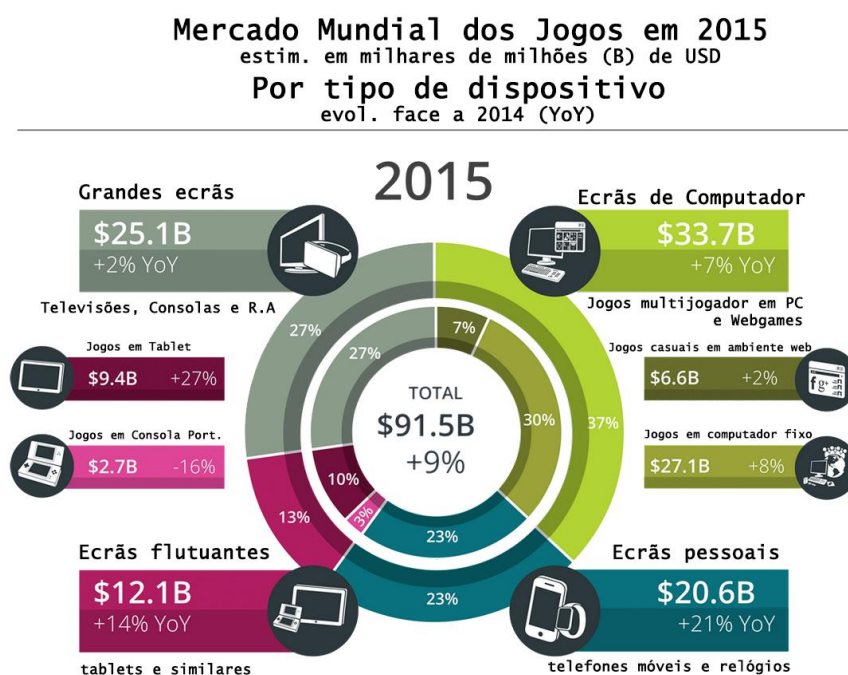
E se, consoante Mosco, é preciso reconhecer que os mitos importam muito, eles são mais do que simples aldrabices, dizem-nos algo das preocupações que animam uma dada sociedade num dado tempo, então as séries sobre o Alasca dizem-nos muito sobre o modo de operação do regime de autofagacitose do capitalismo comunicativo: da sua capacidade de incorporar esgotando a crítica de si mesmo e de como a viagem comunicativa simultaneamente compensa e exaure a insatisfação com as condições de vida que ele sugere. A ver, na formulação de McLuhan (1994, p. 238) “como os jogos”, e por extensão as experiências de simulação em geral, “ajudam a ajustar-nos às proporcionado simultaneamente alívio das” solicitações colectivas e institucionais.

## ANEXO D EVOLUÇÃO DO MERCADO MUNDIAL DOS JOGOS. ELEMENTOS

Uma análise do mercado actual dos jogos confirma não só que estes se tornaram crescentemente móveis (ver Figura D.1) como que o seu potencial de crescimento permanece por ultrapassar dentro do entretenimento (ver Figura D.2), tendo-se constituído no segmento mais dinâmico deste (Mota, 2015).

Assim, em 2015 estimava-se que o valor do mercado mundial dos jogos ascende-se a par e passo com a indústria fonográfica a cerca de 91.5 milhares de milhões de dólares norte-americanos (valor que subiu para 108,9 em 2017), seja quase a metade do valor do Produto Interno Bruto Português, que orçava um pouco mais de 200 mil milhões de USD. Números que constituem, apesar de tudo, a ponta do iceberg, atendendo a que esmagadora maioria dos jogadores não chega efectivamente a gerar proventos, limitando-se a usar versões gratuitas, uma tendência reforçada nos dispositivos móveis em que estratégia de lançamento pressupõe como necessidade a disponibilidade de versões de demonstração, sendo ainda de salientar uma crescente aposta estratégica de empresas como a Lego ou a Disney na utilização do jogo gratuito como forma de fidelização do público e de plasmar seja as *franchises* do mercado dos brinquedos seja dos filmes.

**Figura D.1 - Mercado mundial dos jogos em 2015 por tipo de dispositivo**



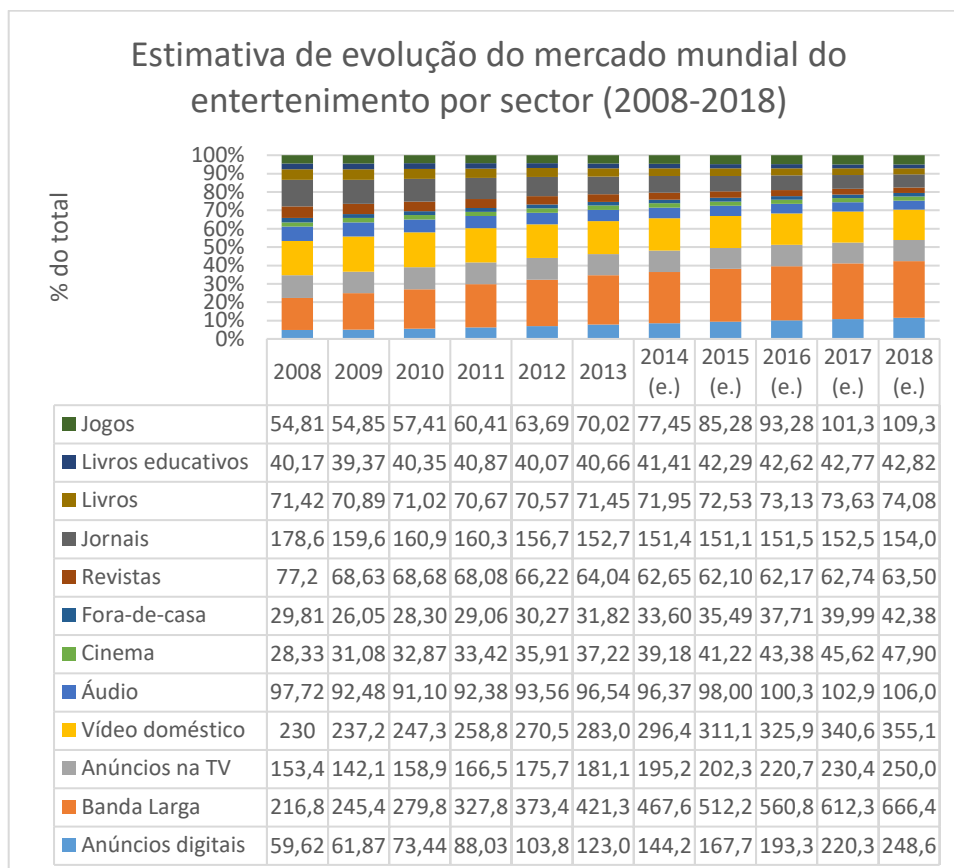
Fonte: Global Games Market Report 2015 (newzoo.com)

Os jogos desenvolvidos para dispositivos portáteis, em particular, ocupavam então cerca de 1/3 do mercado dos jogos (valor que subiu para 42% em 2017), sendo regularmente jogados por 1,5 mil milhões de indivíduos a nível global e estando na iminência de ultrapassar o valor gerado pelas consolas (Gaudiosi, 2015), permitindo à Google e à Apple, cobrando comissões de 30% das vendas, posicionarem-se crescentemente como dos principais beneficiados.

Uma análise do perfil dos “grandes gastadores” revelava um fraccionamento por géneros, com

o predomínio de 67% de homens, dentro do perfil tipo do pai de família, empregado e com crianças em casa (Confederation, 2015), confirmando a jogabilidade “ao longo da vida” e não necessariamente como prática “jovem” e “adolescente”.

**Figura D.2 - Estimativa de evolução do mercado mundial do entretenimento por sector (2008-2018)**



Fonte: Global Media Report 2014 - McKinsey & Company

Em suma, com fatias da população que acede à Internet Móvel a jogarem em graus variáveis, desde os 75% na China ao 44% na Alemanha, tendo-se estes tornado cada vez mais “sociais”, mediante a incorporação de funcionalidades que permitam a cooperação através dos SRS e tendo passado a fazer parte das próprias aplicações de *messaging*, os jogos móveis como forma lúdica rivalizam hoje inquestionavelmente com as formas tradicionais de entretenimento, cujo crescimento se apresenta comparativamente estagnado, como a imprensa e o próprio cinema (Raessens, 2006).

## ANEXO E DO GEOCACHING COMO PARADIGMA DE JOGO MÓVEL LOCATIVO. ELUCIDAÇÃO

### E.1 GEOCACHING. O QUE É QUE ISSO IMPORTA?

No decurso do presente trabalho viu-se como na obra influente, *No Sense of Place*, Meyrowitz, conjugou o interaccionismo simbólico de Goffman com a perspectiva dos estudos dos Média de McLuhan enquanto “extensões do homem” de forma a interpretar a condição individual contemporânea como uma que tornaria irrelevante a importância da localização ao mesmo tempo que confundiria a posição social de cada um. Vimos igualmente como subseqüentemente tal perspectiva se relevou excessiva, tendo o próprio autor vindo a reconhecê-lo e como desde então a evolução das tecnologia da comunicação, em particular com o advento da geolocalização e pela forma como ela tem vindo a ser apropriada, gerou, no dizer de Silva, “espaços híbridos” (*cf.* acima, p. 54) em que os universos materiais e comunicacionais se constituem mutuamente e em que os primeiros longe de se terem tornado irrelevantes são até crescentemente importantes na medida em que numa sociedade globalizada a vivência dos locais assume forma reactiva (Nairn & James, 2005, p. 59).

Ao longo dos capítulos 5 e 6, argumentamos ainda que consumo e lazer constituem as pedras de toque da economia informacional (veja-se igualmente o Anexo D, p.XL), marcada pela crescente mobilidade e deslocação de pessoas e símbolos e pela associação entre “consumismo” e constituição do *Self* (para um desenvolvimento desta matéria veja-se ainda o Anexo B, p XIX e seg.s) que, nalgumas interpretações, podem ser entendidas como forma de colonização do segundo pelo primeiro e de reprodução das relações sociais de domínio.

Em conformidade, parecem-nos suficientemente estabelecidos a urgência e o interesse em estudar o particular domínio em que as tecnologias digitais permitem a mobilidade e simultaneamente a representação, vivência e consumo dos lugares desde logo e em primeira mão para ocupação dos tempos livres e no domínio do lazer.

Para tal, Meyrowitz (1985, p. 70) lega-nos três grandes linhas de orientação que assumidos como referente que o geocaching deve permitir revisitar, revendo as respectivas respostas. Glosando:

- Em que medida os média locativos tendem a separar ou a unir diferentes tipos de pessoas em mundos informativos diferentes ou similares?
- Em que medida os média locativos permitem (ou porventura inibem) maiores distinções entre os comportamentos de “bastidores”, informais e privados das pessoas e os comportamento formais e públicos das suas “fachadas”?
- Até que ponto os média locativos fortalecem ou enfraquecem a tradicional relação entre as situações sociais e as suas localizações físicas?

Neste particular, porque o interaccionismo simbólico continua a ser o paradigma conveniente que é preciso estender e porque os fenómenos carreados continuam a ser eminentemente fenómenos de mediação em sentido extenso, dos indivíduos com as suas memórias pessoais e colectivas, entre si *strictu sensu* mas também com os artefactos e com o ambiente semiótico é porventura útil inserir aqui um precedente que da mesma forma que Meyrowitz introduziu Goffman na compreensão da (mediação através da) tecnologia, mobilizou o interaccionismo simbólico na compreensão particular da mobilidade



e das deslocações dos indivíduos no espaço.

Abundantemente citada nas Sociologias do Consumo (Corrigan, 1997, p. 132 e seg.s) e do Lazer, (Harris, 2005, p. 25 e seg.s), *The tourist: a new theory of the leisure class*, editada pela primeira vez em 1976, formulando no título uma intenção de reavaliar os postulados de Veblen (2007), 77 anos volvidos, numa altura em que o debate do “pós-modernismo” atingia o seu apogeu, a obra de MacCannell, D. (1999) estabelece ainda como propósito adaptar as “inovações” de Goffman e da etnometodologia de Garfinkel à compreensão da experiência turística como epítome da modernidade. Da mesma forma que, actualmente, urge novamente reconsiderá-los face à experiência mediada dos lugares mobilizando entre outros a etnografia dos espaços virtuais (Hine, 2000, 2007).

MacCannell continua relevante e passível de expansão para os nossos fins; em primeiro lugar porque a sua opção pelo tratamento do “turista” se faz meramente como “um dos melhores modelos disponíveis do homem moderno em geral” – da mesma forma que aqui entendemos que o geocacher é um dos melhores modelos disponíveis de prática de deslocação amparada nos media locativos em particular - não dispensando através dele uma ambição que descreve como “metasociológica”, seja de posicionar o fenómeno particular como ilustração no conspecto alargado das preocupações da teoria social e da condição humana dentro do tempo histórico e notavelmente dos sucessivos modos de produção.

Em segundo lugar, o seu pensamento continua igualmente actual na medida em que formula as experiências de deslocação turística como experiências semióticas de produção do espaço em que cultura e valor de uso se imbricam dentro de grupos sociais particulares de modo a estruturar experiências culturais, propostas como rituais contra a rotina e o trabalho, através da busca distintiva da autenticidade dos locais; ainda que esta se revele invariavelmente “encenada”.

O mesmo é dizer que a experiência contextual de interacção só é possível porque os actores detêm um modelo das expectativas que subsequentemente influencia a forma como se geram práticas que recriam, intensificam ou modificam as crenças nele baseadas.

Entre os modelos influentes e a experiência posiciona-se um meio ou média que os ligam, seja um contexto de interacção face-a-face, seja um meio de comunicação de massas seja, cada vez mais, um meio pessoal de comunicação de massas.

Não obstante, “os média são cúmplices da construção das experiências culturais, mas a sua estrutura moral é tal que eles se assumem com neutros ou desinteressados”; os modelos mediados pela comunicação são assim incorporados na personalidade e no comportamento de forma em boa parte inconsciente e as modernas redes sociais de localização sobre uma aparência puramente técnica, de distribuição da informação, encerram analogamente interesses.

Tal leva ainda a admitir que as experiências turísticas – e de uma forma geral, as experiências de deslocação num universo crescentemente nómada - constituem *produções*. Corolário da influência de dados modelos culturais veiculados por dados média sob dadas audiências – ou, presentemente, públicos mais ou menos inter-activos - em torno deles formuladas e dos produtores, agentes, directores e técnicos - actualmente acrescentaríamos programadores, os próprios protagonistas da indústria

turística que recorrem à promoção nos sítios de Internet dedicados e outros pares *produzindo* no espaço virtual<sup>254</sup> - que por detrás deles estão.

MacCannell, finalmente, interessa ainda ao estudo dos média locativos por uma terceira razão: porque relaciona a cultura visual (contemporaneamente reforçada pela dita comunicação audiovisual imperante na Internet móvel e na era da conectividade permanente) com a forma como a modernidade constituiu uma ordem moral fundada no valor da contemplação, posicionando a organização de pessoas e objectos no espaço público como recriação da organização através da reverência para com o que Lefebvre coincidentemente chama “marcadores”, como estátuas e monumentos, edifícios mas também sítios naturais, *geosítios* e *geomonumentos* (institucionalizados em redes como o Geopark Naturtejo, visando a sensibilização ambiental e a promoção turística de lugares singulares como as Portas do Rodão, os registos fósseis de Penha Garcia *et cetera...*) e parques nacionais (*e.g.* a Peneda-Gerês na perspectiva telúrica exposta em Diário através do relato das deambulações pedestres de Miguel Torga (1961) - para quem “há sítios do mundo que são como certas existências humanas: tudo se conjuga para que nada falte à sua grandeza e perfeição” e ainda “devo à paisagem as poucas alegrias que tive no mundo. Os homens só me deram tristezas...”, pontilhando simbolicamente o espaço, recordando ao indivíduo o seu lugar nele por uma espécie de *totemização* do imaginário colectivo (seja, pelo culto dos valores cívicos, instituindo em cada esquina e em cada placa atribuindo o nome a uma dada rua, os “oratórios” comemorativos dos respectivos “santos” e heróis).

Neste sentido, como “estruturas de atracção” (talvez melhor formuladas como estruturas estruturadas e potencialmente estruturantes na óptica de Bourdieu, vede acima, nota 70, p.99) as experiências de deslocação, mormente por lazer, podem ser entendidas através de uma fórmula em que: **atracção = turista x vista x marcador.**

Os média locativos contemporâneos impactam a formulação da atracção de tal modo que a sua origem no “inconsciente colectivo” (subentenda-se, tendencialmente, no imaginário “nacional”) dramatizando os valores da respectiva sociedade (*e.g.*, A Casa Fernando Pessoa, onde o “profeta” do Quinto Império habitou, em Campolide, o Jardim do Horto, em Constância, onde o bardo da gesta ultramarina terá alegadamente buscado inspiração, nas margens do Zêzere ou, fora de portas, o Monte Rushmore, no estado norte-americano do Dakota do Sul cuja inauguração coincidiu com o envolvimento do país em duas frentes na II Guerra Mundial) passou de pública a privada e ainda que os indivíduos

---

<sup>254</sup> Formada por oclusão das palavras produção e consumo, o “prosumo” constitui uma *buzzword* primeiro introduzida por Toffler (1980) cuja essência aplicada à comunicação em rede na verdade é bastante menos “original” do que se possa crer. Historicamente, nas primeiras formas de organização social o homem começou por ser um “prosumidor”. Autónomo e auto-suficiente ele recolhia na natureza, processava e produzia tudo aquilo que consumia. Assim, sendo a dupla faceta da produção-consumo coeva da condição humana, a novidade reside em na sua forma digital ele ter deixado de constituir uma resposta à escassez, passando a ser o oposto: o desiderato de uma economia da abundância. “No capitalismo prosumidor controlo e exploração tomam um carácter diferente das outras formas de capitalismo, existe uma tendência para o trabalho não pago e para a oferta de produtos sem custo” (Ritzer, 2010b, p. 1; Ritzer & Jurgenson, 2012). Assim, para Ritzer, a “Web. 2.0” e o prosumo de média emergem como mais uma estratégia de expansão capitalista cuja essência se traduz em extrair mais-valia do trabalho voluntário. Basicamente, ao convencerem os utilizadores a alimentarem sem contrapartidas com os seus conteúdos, dados, comentários, reparos e redes de relações as plataformas sociais os utilizadores permitem a sua monetarização e a extracção de proventos através do *data mining* e da publicidade.

repliquem a cultura do colectivo eles têm hoje a possibilidade de dela se apropriar de forma criativa e inesperada.

Ao mesmo tempo as funções ritualísticas desempenhados pela “vista panorâmica” de certa forma profanaram-se e protestantizaram-se tendo as tecnologias passado a admitir formas de “culto” crescentemente pessoais e por vezes panteístas (*e.g.*, o canal de televisão Zen TV, a recuperação de certas localizações remotas, por exemplo as aldeias de xisto na Serra da Lousã, dentre as quais o Talasnal), associados à meditação e estágios de regresso à natureza como fonte de reconciliação do individuo consigo próprio, comungando com a “ordem natural” e em última análise “recarregando baterias” num *intermezzo* da vida urbana.

MacCannell fala-nos ainda de como os “marcadores” (significantes) dominam a vista (o “significado”), algo que se pode facilmente aduzir ser hoje potencialmente mais forte do que nunca através das plataformas de redes sociais de geolocalização. Porém, enquanto no passado quando assumiam suporte mediático os itinerários eram confeitos explícitos que o turista aceitava ou recusava, mas sobre os quais não tinha maneira de agir, hoje através das plataformas sociais os roteiros são compostos a gosto e à medida. Não invalidando, como vimos na discussão empreendida nos primeiros capítulos, que continuam a ser condicionados.

A “sedução do lugar” leva Tim Oakes a admitir que “as condições da subjectividade moderna baseadas na mobilidade emergiram em reconhecimento da moderna consciência reflexiva mas falharam em contextualizar adequadamente o sujeito espacial e socialmente” (Cartier & Lew, 2005, p. 49) e que é necessário colmatar a brecha entre o sujeito como socialmente determinado e enquanto agente reflexivo também através do equacionamento dos lugares e das paisagens como terreno para a formação da subjectividade de tal modo que mais do que um estrangeiro deslocado em busca de autenticidade, como em Simmel, o moderno sujeito-viajante deve ser encarado como alguém que se envolve na deslocação como experiência de encontros baseados no lugar, à semelhança da proposição de Urry.

A incompreensão desta mudança leva MacCannell (Cartier & Lew, 2005, pp. 81-91) a pronunciar-se, quase três décadas volvidas, sobre o efeito dos “Valores de Silicone” (Valley), que identifica com miniaturização, velocidade e dinheiro, de forma inesperadamente desajustada, mantendo um diálogo com as preocupações dos pós-modernistas franceses da década de setenta, que o leva a enfatizar o *ethos* anti-local das tecnologias de comunicação e a admitir como conclusão nostálgica que a “paisagem desaparece atrás da sedução do dinheiro fácil.” Interpretação tão mais estranha quanto nada se diz sobre as implicações óbvias dos média locativos como “marcadores” em que na sua própria formulação, anteriormente, incluía “os livros de viagens, as tabuletas informativas, os diapositivos, os diários de viagens e as caixas de fósforos como *souvenirs* etc...”.

Em termos goffmanianos, o geocaching é uma actividade em que mais do que o individuo é o próprio grupo quem se coloca no plano do *backstage*, ocultando-se, surgindo as disfuncionalidades e os conflitos na forma de mal-entendidos em que as expectativas de quem é alheio à prática são confrontadas. Assim, designadamente, são recorrentes os episódios em que as autoridades são solicitadas a intervir *in loco* porque os habitantes contíguos estranham a presença de indivíduos que

deliberadamente se tentam esconder, parecem bizarramente atraídos por recantos sombrios e construções abandonadas, mantendo um fluxo constante e inesperado de chegadas e partidas (em especial quando a geocache foi recentemente colocada), frequentemente noturnas. Em retrospectiva, um comportamento consistente por exemplo com o tráfego de estupefacientes.

Ao posicionarem-se de forma liminar, por dentro dos lugares, uma vez que evidentemente têm deles conhecimento, sem porém serem do lugar, surgindo subitamente detidos de um saber que não é esperado e que muitas vezes lhes foi passado por um “cúmplice” local (seja, um geocacher residente), o geocaching aproximasse assim da lógica das sociedades secretas (vede p.232 e seg.s), enxertando na realidade urbana um espaço de jogo ora global, na perspectiva da empresa proponente, ora glocal, na perspectiva dos praticantes. Em todo o caso, porém, um espaço de lazer novo, distinto do típico espaço turístico em que o “visitante-paraquedista” mais do que no pitoresco se mostra interessado no detalhe de um muro, por detrás do qual se pode esconder uma geocache, ou no beiral de um beco verossimilmente anódino. Circunstância em que o “estrangeiro” adopta um comportamento “estranho”, proporcionando-lhe tal encenação um prazer mimético; o prazer de usar uma máscara e de estender o faz-de-conta do Carnaval ao ano todo (*cf.* p. 132).

Neste quadro o objecto “geocache” interpõe-se entre o eu e os outros numa oposição que faz com que as tecnologias de comunicação e localização que permitem a sua divulgação e subsequente busca sejam *tecnologias do self* (na acepção de Foucault, *cf.* p. 32 e seg.s), técnicas de cuidar de si como si próprio, distinto do outro, e formas de engendrar um espaço heterotópico feito de lugares que estão fora dos outros lugares, mesmo quando sejam efectivamente localizáveis. (*cf.* p. 29).

Trata-se de práticas engendradoras de individualidade, porventura de “liberdade”, como objecto central da modernidade em que mais importante do que poder conhecer é poder duvidar ou, no caso, poder construir uma interpretação alternativa à “realidade”, brincando com ela, reconhecendo, em linha com MacCannell “um maior papel para a reflexividade consciente e discursiva na definição da subjectividade” em que mais do que “viver com o paradoxo da modernidade” se torna necessária a “tentativa de agir sobre as forças estruturantes da modernidade” (Cartier & Lew, 2005, p. 49) e em que o geocacher é uma espécie de “pós-turista” (Feifer, 1986; Rojek & Urry, 1997, p. 96 e seg.s; Urry, 2002b, p. 90 e seg.s) que brinca conscientemente com os pressupostos de autenticidade da experiência turística.

Como forma de pós-turismo, o geocaching é um jogo e uma forma de deslocação com múltiplas camadas, cujos praticantes reconhecem não só que qualquer sítio pode ser um sítio jogável mas também que a experiência (Mooney & Evans, 2007, p. 199) da vivência dos lugares através do jogo pode ser obtida não só no próprio como através da mediação tecnológica. Contexto em que os lugares emergem como inautênticos não para o visitante mas para o próprio habitante (desconhecedor da integração do seu espaço contíguo no tabuleiro de recreio quando não da própria tecnologia que o suporta) e o “turista” (seja, o geocacher) como alguém que perspectiva o espaço e o seu movimento nele como sujeito a um “conjunto de jogos com múltiplos guiões” (Urry & Larsen, 2011, p. 114) sem que deles nenhum emerja como mais genuíno.

Tal admite poder ver no particular emprego dado às técnicas de localização através do geocaching, mas também noutra tipo de práticas similares, a possibilidade de superar a contradição sujeito-objecto característica da modernidade opondo-lhe uma força estruturante alternativa, feita do *peer review*, da agremiação criativa da inteligência alheia e do conhecimento local aprofundado por cada um dos seus membros em que o espaço resultante é um espaço diferencial e diferenciado que se furta ao espaço e às propostas tradicionais do turismo de massas.

Num panorama em que nas plataformas sociais a contemplação turística é frequentemente devolvida e no processo marcada pela multiplicidade dos olhares alheios de quem inscreve a sua própria subjectividade no encontro com os lugares, o que resta é uma fuga em frente: abdicar do “autêntico” e da possibilidade de apreender o “mundo” como “genuinamente” ele será, secundarizando esta preocupação à pura fruição, construindo sobre ele um consenso narrativo que lhe confere uniformidade e o torna navegável em função de interesses particulares e cada vez mais eminentemente lúdicos.

Nesta medida, a discussão deixa de ser uma de escala entre o binómio local-global e passa a ser uma entre o local-material e o local-imaterial, entre os lugares como se apresentam e as comunidades mediadas que eles engendram; entre o mesmo local que integra a rotina dos “vizinhos” e se converte no local excepcional dos “internautas”.

Entender o geocaching como actividade de produção do espaço simultaneamente estruturante do individuo é uma proposta original. É apresentar o espaço como produto a um tempo reflexivo e convivial e é admitir que a sua vivência não é forçosamente reprodutiva podendo igualmente ser criativa.

Nos termos do espaço diferencial, consoante conceptualizado por Lefebvre, como possível espaço de resistência à fragmentação e homogeneização do espaço abstracto, é possível ver nalgumas práticas de georeferência uma recusa discursiva e prática do sujeito em ser deixado, nos termos de Meyrowitz, “sem sentido de lugar”, procurando investir o espaço de sentido simbólico e significado *agêntico* (Cartier & Lew, 2005, p. 58).

Nesta medida, novamente, a vivência e a edificação dos locais através das tecnologias de localização distinguem-se menos por um sentido de escala (o local como ponto no espaço) e mais por um sentido de acção (o local como produção particular do espaço). Por um confeito cuja produção de significado articula relações intersubjectivas ordenadas seja pelas suas propriedades intrínsecas (o local tal como ele se apresenta, com dadas propriedades físicas, estéticas, paisagísticas e históricas) seja extrínsecas (projectivas e imaginadas).

O indivíduo que através das plataformas de jogos móveis locativos incorpora nas suas práticas as possibilidades da comunicação mediada e da geolocalização é um sujeito criativo que luta para criar locais de diferença e de afirmação a partir da moderna fragmentação do espaço, tentando uni-los e fazer deles sentido através de encontros induzidos pelas mobilidades, físicas e virtuais, gizando éticas próprias de produção e vivência do espaço, em parte coincidentes com a narrativa vigente – por exemplo quando o *trash in trash* out ou o *earthcaching* coincidem com os valores da educação ambiental - e em parte de forma inédita, recuperando e mesclando com entusiasmo adolescente os mais dispares mecanismos do jogo, desde a incorporação da criptografia à triangulação geométrica de coordenadas, introduzindo

elementos como materiais fotossensíveis, quais “tinta invisível”, técnicas de escalada inspiradas em desportos radicais e assim sucessivamente.

Trata-se, por conseguinte, de um *remix* de segunda ordem, um com o potencial para ser mais do que um mero *pastiche*, e uma forma de flirter com e de actuar sobre as representações sociais do espaço.

## **E.2 GEOCACHING. EM QUE É QUE ISSO CONSISTE? BREVE ENQUADRAMENTO HISTÓRICO DA ACTIVIDADE, RELEVÂNCIA DA SUA PRODUSÃO E EVOLUÇÃO EM PORTUGAL**

Antes que nos possamos debruçar sobre a possibilidade de estudar e determinar a dimensão da população portuguesa de geocachers, como pressuposto do gizamento dos métodos mais apropriados para a abordar, convém, para quem não esteja familiarizado, descrevê-la e contextualizá-la<sup>255</sup>, recordando que na sua forma típica consiste numa actividade eminentemente lúdica que se traduz na busca e subsequente registo de haver encontrado determinados artefactos, denominados “geocaches” ou simplesmente “caches”<sup>256</sup>, colocados em dados locais escolhidos segundo critérios de interesse discricionário. Para que esta busca se torne possível, como reverso, torna-se mister que outro jogador (o *owner*) coloque tal contentor e publique as respectivas coordenadas, o que ocorre num sítio da Internet que fornece para tal a interface que permite a criação e manutenção de uma “página da cache” onde se disponibiliza a informação nos formatos apropriados e bem assim a interface para que subsequentemente os utilizadores possam pesquisar por diversos parâmetros as geocaches disponíveis bem como registar, contabilizar e narrar as suas experiências ao tentar encontrá-las.

A nível mundial o geocaching encontra as suas raízes nos E.U.A. no ano 2000, altura em que nos *newsgroups* sobre GPS os entusiastas desta tecnologia que, a partir de meados da década de noventa se tinha começado a popularizar no uso recreativo, com a disponibilização de unidades crescentemente portáteis, instituíram a prática do então chamado “GPS Stash Hunt” (literalmente, “caçada com GPS de um sítio secreto”), facilitada com a fim da degradação deliberado no seu sinal, tornando possível obter no uso civil uma precisão até então reservada para fim militar (sobre esta decisão do governo norte-americano veja-se a discussão na parte Breve história, lugar, funcionamento e momentum dos sistemas de posicionamento global por satélite no ecossistema mediático, p. VI e seg.s)

Jon Stanley, um dos primeiros geocachers activos e correntemente envolvido profissionalmente na gestão do geocaching.com, relata nos seguintes termos a sua experiência na altura:

O *Mountain biking* era a minha principal actividade antes do geocaching surgir! Na verdade, foi por

<sup>255</sup> Como manuais de introdução geral ao jogo e à tecnologia vejam-se Dyer (2004), McNamara (2004), Sherman (2004) e Taylor (2010), o último com um enfoque aplicado ao seu potencial no ensino.

<sup>256</sup> A forma inglesa constitui um neologismo tacitamente adoptado na língua portuguesa, da qual, uma tradução apropriada poderia ser “tesouro”, a mais próxima de convir a ideia de ‘acervo escondido’ de algo. Este acervo é tipicamente recolhido numa caixa plástica estanque (vulgo *tupperware*, de acordo com a marca que originalmente as popularizou), fazendo dele parte, na boa forma, os seguintes elementos mínimos: um bloco de notas para assinatura e registo das visitas e apreciações (funcionando como prova local); uma folha impressa com a explicação do jogo para quem não o integrando encontre o recipiente por acaso; um instrumento de escrita (lápis ou caneta) e algumas prendas simbólicas para troca, sendo propósito que quem visita deixe algo como contrapartida ao que recolher. Eventualmente podem ainda encontrar-se algumas “peças de jogo” que o jogador deve movimentar e registar segundo orientações específicas, os chamados “travelbugs” e “geocoins”.

causa do meu desejo de mapear trilhos de bicicleta de montanha que desenvolvi um interesse por GPS (...). Eu era um leitor ávido dos *newsgroups* relacionados com GPS e fazia parte da multidão que estava transbordando de emoção no início de 2000 pelo fim da *Selective Availability* (o *spoofing* do sinal de GPS que esteve em vigor até 1 de Maio de 2000). O Geocaching.com ainda não existia, mas logo que ficou *online*, eu fui um dos primeiros a registar-me. Esse registo ocorreu a 5 de Setembro de 2000.

*In GeoMagazine*, nº4

Como espécie de “caça ao tesouro” tecnologicamente assistida, o “geocaching”, assim baptizado a partir do advento do sítio albergado sob o domínio com o mesmo nome, tem como precedentes inspiradores práticas como o *letterboxing*, a orientação e o *rogaining*, este último variação de longa duração da segunda, como prática de *trekking* originária da Suécia no final do século XIX envolvendo a navegação *cross-country* (i.e., em meio rural), classicamente assistida com bússolas e mapas e implicando a passagem por dados marcadores no terreno deliberadamente colocados em sítios pouco evidentes (Taylor, 2010, pp. 9-11).

O *letterboxing*, por seu turno, remota aos tempos do advento do turismo de massas e à Inglaterra vitoriana, contexto no qual, por volta de 1854, um tal John Perrot, guia na zona do actual parque nacional de Dartmoor, decidiu colocar uma garrafa numa colina de acesso particularmente difícil para que os visitantes que superassem o desafio de a escalar pudessem aí marcar a sua presença, depositando nela o seu cartão-de-visita. A moda pegou, a garrafa foi substituída por uma caixa de chumbo e a assinatura de um livro de visitas substituiu a deposição do cartão, consolidando assim um modelo de prática que durou até aos nossos dias e progressivamente se refinou, incorporando nomeadamente o hábito da disponibilização de um carimbo para que os seus praticantes possam assim recolher/coleccionar as suas passagens pelos diversos pontos.

Por conseguinte, as bases do que constitui o actual geocaching contam pelo menos 150 anos. A ideia de superar um **desafio**, aceder a um **lugar *sui generis***, preferencialmente em contexto natural, procurar aí um **contentor dissimulado** onde **registar a presença** e **coleccionar feitos que tais** foi meramente complexificada com a incorporação do GPS que permitiu adicionar uma dose de precisão na “descoberta do desconhecido” e da Internet, que permitiu aos jogadores organizarem-se como comunidade.

Em 2015, mais de 2 milhões de geocaches tinham sido colocadas a nível mundial sendo activamente buscadas por mais de 5 milhões de pessoas em praticamente 190 países. Em 2017 o número de praticantes cruzara já a barreira dos 3 milhões.

Portugal integra-se nesta dinâmica de forma surpreendente. Medido pelo número de praticantes activos, pelo número de eventos e geocaches colocadas em proporção da respectiva população trata-se a nível mundial do quinto país em que o geocaching tem maior penetração (Wulff, 2014).

A participação no jogo pode assumir motivações variadas para quem a empreende, designadamente, à partida:

- o prazer de resolver um problema/quebra-cabeças (a determinação da localização final da cache pode envolver a resolução de um enigma, por vezes obrigando à mobilização de conhecimentos específicos – e.g., de Biologia, História, Geografia ou Matemática, de entre os mais frequentes);
- o prazer eminentemente turístico de descobrir locais de particular interesse histórico, beleza natural ou simplesmente inéditos e inesperados;
- o sentimento de gratificação pessoal por completar o maior número possível de caches;

## L

- a possibilidade de integrar uma comunidade de interesses, encontrar outros geocachers e fazer amizades;
- o maneiio e o domínio da tecnologia necessária (quase como um brinquedo);
- a satisfação da actividade física necessária para vencer o terreno;
- a possibilidade de confrontar e superar certas barreiras pessoais (*e.g.* vertigens);
- uma âncora e uma muleta nas escolhas com que ocupar os tempos de lazer.

Para que o jogo possa existir (uma vez que para que se possa procurar uma geocache, já se viu, implica em contrapartida que alguém tenha espontaneamente decidido criá-la) cada geocacher assume potencialmente um duplo papel:

- Produtor de caches (envolvendo a selecção de um local, a construção de uma narrativa, a execução do artefacto e a tarefa de edição e publicação *online*)
- Consumidor de caches (envolvendo a selecção dos motivos de interesse, o acto de deslocação, a redacção/registo da experiência – incluindo quando é caso disso dos *trackables* - e a correspondente troca de impressões)

Este modo de “produção” interessa especialmente a uma sociologia da mobilidade e deve merecer-nos atenção a diversos níveis.

Desde logo na medida em que gera um acervo digital *sui generis*, disponibilizando registos ímpares e precisos de deslocação no tempo e no espaço. É assim por exemplo possível saber quem se deslocou onde (a que tipos de sítios, movido por que tipo de interesses), quando, com que frequência, a que distância, para fazer o quê (ou que tipo de cache). Contrariamente a outro tipo de dados que conceptualmente seria interessante analisar mas que na prática não estão facilmente acessíveis ao investigador, como sejam por exemplo os registos na posse dos operadores móveis tanto das chamadas como aqueles permitindo a reconstrução do movimento dos indivíduos a partir do registo passivo que os seus telemóveis naturalmente vão fazendo junto das diversas torres de comunicações, dentro das redes móveis, no caso do geocaching a informação está publicamente acessível e é de forma relativamente fácil passível de análise e processamento <sup>257</sup>.

Tal manancial, correspondente a uma prática social inovadora na forma como a tecnologia é activamente apropriada no quotidiano, tem merecido uma atenção pontual da academia, sendo possível encontrar alguns estudos em domínios tão distintos quanto as ciências da comunicação, a antropologia,

---

<sup>257</sup> Outras plataformas de redes sociais incorporando localização, como por o exemplo o FourSquare (vede <https://developer.foursquare.com>) e o Twitter (que inclui um objecto “Places” específico passível de integrar as consultas, vede: <https://dev.twitter.com/overview/api/places>) disponibilizam igualmente Interfaces de Programação de Aplicações (API, no acrónimo inglês) permitindo a recuperação de boa parte dos seus dados. Não obstante a sua utilidade prática acaba por ser extremamente reduzida, seja porque não disponibilizam os contactos dos utilizadores, de forma à sua interpelação para por exemplo proceder à complementar aplicação de um instrumento intensivo, seja porque os produtos passíveis de recuperação, abstraindo análises muito genéricas de sentimento, são pela exiguidade difíceis de tratar em análise de conteúdo, seja porque correspondem a domínios de prática no que à localização diz respeito muito limitados e relativamente pobres, seja finalmente porque as respectivas práticas não estão organizadas de forma coerente, constituindo uma forma de acção autónoma e relativamente heterógena, impassível de paralelamente empreender uma análise da especificidade dos respectivos grupos e, se se quiser, dos respectivos valores enquanto comunidade, cotejável não só com os produtos explícitos finais como com as discussões e auto-reflexões paralelamente operadas noutros espaços, fóruns e grupos de discussão, que o geocaching torna possível. Ou seja, a prática deste último tem características organizacionais comparativamente complexas que admitem um aprofundamento impossível de fazer no FourSquare ou no Twitter, o último, de resto, conhecendo um uso muito parcimonioso das funções de localização e os exemplos que de tal existem, na literatura, conforme veremos, acabam por constituir, a nosso ver, invariavelmente, em matéria de tratamento quantitativo, ora casos de extrapolação abusiva dos dados ora confirmações do óbvio.



a geografia e as ciências da computação aplicadas à comunicação permanente e às formas de colaboração em rede – veja-se a resenha de literatura levada a cabo no Anexo F, p.LVIII e seg.s e ainda genericamente Brockmann e Theis (2008), Farman (2009), Hooper e Rettberg (2011), Jewett (2011), McNeill (2007), O'Hara (2008) e Thielmann (2010). Não se encontra, todavia, um estudo mais sistemático no específico prisma sociológico, parecendo-nos que tal lacuna merece ser colmatada na medida em que o fenómeno configura uma série de preocupações que lhe não são de todo estranhas, em particular nos domínios dos estudos sociais da tecnologia, das sociologias do da inovação, do consumo, do turismo e do lazer e bem assim da afluente linha metodológica da sociologia da mobilidade (Büscher & Urry, 2009; Büscher, Urry, & Witchger, 2011; Fay, 2007; Kukulska-Hulme, 2008; Raento, Oulasvirta, & Eagle, 2009; Sheller & Urry, 2006).

Em segundo lugar, na medida do que podemos retirar da análise da sua prática para confrontar algumas das preocupações teóricas destiladas ao longo deste trabalho. Designadamente: quanto aos mecanismos de atribuição de valor numa situação em que a digitalização permite uma oferta virtualmente infinitamente elástica e à natureza que os produtos culturais nela assumem como marcadores de estilo de vida; relativamente à efectiva passibilidade das *affordances* concedidas pelas tecnologias da comunicação impactarem a conduta e a forma como as opções de escolha individual se exercem e ao eventual fosso existente entre a possibilidade do alargamento de horizontes e a mera busca do conforto, seja o confronto da temática do *bonding* versus o *bridging* nas redes sociais e de como estas engendram ou não formas de “capital social” (Neves, 2013).

Mais interessante, o equacionamento do geocaching enquanto actividade de produção permite ainda recolher pistas para colmatar um dos problemas identificados na moderna análise das redes sociais mediadas: as dinâmicas de reciprocidade na conduta (acima, p.83)<sup>258</sup>.

---

<sup>258</sup> Para uma perspectiva alargada do tema “reciprocidade” no conspecto da evolução humana veja-se ainda o quarto capítulo de Seabright (2010, p. 65 e seg.s). No seu terceiro capítulo Farman (2012, p. 64 e seg.s), por seu turno, discute o problema no quadro particular das tecnologias de localização. Enquanto o primeiro distingue duas formas complementares de reciprocidade, **cooperativa racional-calculista** e **indistinta-instintiva**, segundo um princípio geral de acordo com o qual ela é tanto maior quanto maiores forem a proximidade e as expectativas de interacção futura, contrastando os princípios de eficácia e risco calculado que na moderna vida social permitem lubrificar a acção segundo um princípio geral de confiança – ou “boa fé”, consoante em última análise a protecção através da institucionalização dos mecanismos jurídicos e normativos – com a possibilidade da formação de laços emocionais íntimos entre estranhos, mormente nos ambientes em rede, o segundo enfatiza a importância das interfaces nos meios locativos como forma da sua construção. De forma a possibilitar a experiência das interacções como embebidas e espaciais, a interface deve fomentar a reciprocidade (entre o dispositivo e o utilizador e entre este último e os outros participantes) e ideias de alteridade, permitindo o confronto com a existência alheia e conferindo visibilidade às práticas. Dito de forma mais terra-a-terra: a reciprocidade entre estranhos nas redes sociais localizadas é possível na medida em que estas facultam o acesso a registos de experiência e é a existência e confronto continuado com estes que gera a confiança e o sentido de comunidade. O facto de estes registos surgirem localizados, a sua espacialização, confere-lhes uma tangibilidade acrescida. Não obstante, enquanto Seabright situa a sua discussão no estabelecimento de relações económicas, no caso do geocaching, como jogo (por oposição por exemplo ao FourSquare ou o Booking.com onde os registos têm uma colação económica directa uma vez que mais frequentemente se trata de opiniões sobre serviços prestados contra prestação pecuniária), a problemática é mais subtil, pois as expectativas de recompensa são menos evidentes e o respectivo processo de construção porventura mais significativo uma vez que se trata da permuta de experiências no quadro do lazer e do lúdico; experiências cénicas e inerentemente partilhas de emoções não só dos “lugares” *per si* como através da edificação de experiências de acesso a eles e do seu *enformamento* pela decifração de puzzles e por vezes narrativas ficcionadas. Ainda que a subsistência das “prendas para troca” nas geocaches, confira um lado mais imediato, a queixa comum entre os praticante mais antigos em como as prendas são cada vez

Uma passagem de olhos pelos dados levantados na Figura E.1<sup>259</sup> para a realidade nacional poderia levar-nos a pensar que a “produção” é a regra, uma vez que estatisticamente se constata uma média aproximada de 1,28 caches colocadas por indivíduo. Valor generoso quando confrontado com um rácio internacional, que é de sensivelmente uma cache colocada por cada 2,5 indivíduos registados.

Uma análise mais fina, no entanto, revela uma distribuição longe de uniforme. Na verdade, o universo das quase 51 mil caches colocadas no território nacional até ao início de Agosto de 2015 (data coincidente com o fim do nosso processo de recolha de dados) era constituído pela actividade de apenas 13,3 por cento da população geocacher (5868 indivíduos). Os restantes 86,7% (38323 indivíduos) limitavam-se ao seu consumo.

Dentro dos 5868 produtores, com uma média de 8,7 caches colocadas, resultava ainda evidente que a distribuição era fortemente assimétrica, com a metade dos *owners* a colocar apenas até duas caches e, no extremo, a existirem 62 indivíduos que tinham colocado 100 ou mais caches, dos quais quinze registando 200 ou mais e dois registados mais de mil caches colocadas, até um máximo de 1825.

Quanto à dimensão da população<sup>260</sup>, dos 13 utilizadores registados na segunda metade de 2001 (o serviço foi inaugurado em meados desse ano) chegou-se aos 51289 averbados no final de Junho de 2017 (Figura E.1).

O número dos praticantes de geocaching residentes em Portugal evoluiu assim em progressão geométrica, crescendo em média 210% ao ano até 2012, altura a partir da qual o crescimento desacelerou. A acentuação deste crescimento, a partir de 2005, coincide com o início da massificação dos dispositivos GPS (para o historial da evolução do respectivo mercado veja-se, acima, p. VI e seg.s).

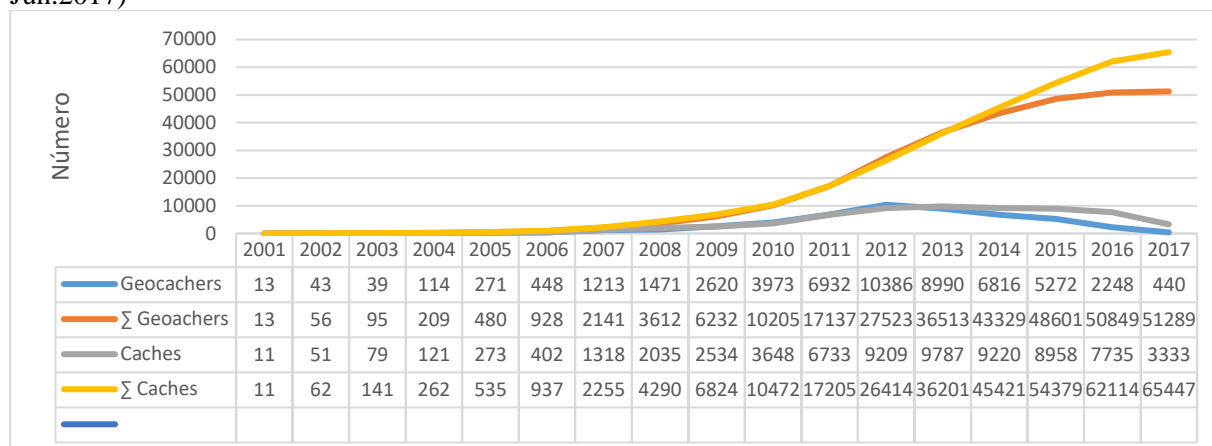
---

menos e menos interessantes/valiosas (situando em tal alguns praticantes o seu desinteresse pela actividade, veja-se por exemplo as declarações de BH, p. 280), indicia isto mesmo; que a chave que garante a reciprocidade e que permitiu o crescimento exponencial da prática não repousa em considerandos “económicos” nem em “escolhas-rationais” mas numa busca instintiva de recompensa que os rácios de busca-colocação das caches traduzem como indicador directo. Por outro lado, finalmente, tratando-se de uma prática informal e inerentemente desregulada, os mecanismos de confiança que a agilizam escapam em larga medida à garantia das formas institucionalizadas (por exemplo, quando uma cache desaparece, é bastante implausível apresentar-se queixa por furto na polícia) gerando um conflito em que alguns protagonistas entendem precisamente só poder superada pela sua formalização, por exemplo através da constituição de uma “Associação Nacional” (*cf.* as declarações na p.243). De um ponto de vista sociológico, um desiderato possível da observação destas contradições e particularidades, vai no sentido da importância de atender a uma “Sociologia das Emoções” (Stets & Turner, 2006; Turner, 2007) como modelo mais adequado ao estudo do jogo e das actividades de recreio, perspectivadas, em consonância com Huizinga e Elias, como forma de o indivíduo temporariamente se soltar dos constrangimentos da ordem social.

<sup>259</sup> O rácio entre as caches efectuadas e as caches colocadas/“doadas” para que outros as efectuem é o indicador quantitativo bruto mais óbvio de reciprocidade, outros podem ser derivados da própria qualidade (seja pela selecção dos lugares seja mais objectivamente pela conformidade das geocaches aquando da concepção com os requisitos de boa forma, contemplando ou não como indicador de sucesso na socialização dos praticantes um número específico de itens, alguns dos quais vieram progressivamente tidos por opcionais, como a *stahsnote* e as prendas para troca). Igualmente importante é a possibilidade de poder contar com o zelo voluntarista alheio em efectuar quando necessário a respectiva manutenção, por exemplo através da substituição dos instrumentos de escrito e ou dos *logbooks*, quando cheios ou danificados. Estes últimos indicadores, no entanto, teriam que ser recolhidos *ad hoc* de entre as centenas de milhares de *logs*.

<sup>260</sup> Ainda que tal a contabilização esteja sujeita a limites e simplificações necessárias. Assim, quando falamos em “indivíduos” na verdade estamos a falar de “registos individuais” que ainda que em norma sejam mantidos por pessoas particulares podem na prática corresponder ao envolvimento por arrasto de um número variável de elementos de agregados familiares ou de grupos de amigos. Talqualmente, ao longo dos anos, registam-se casos de abandono, sendo, não obstante possível determinar a população efectivamente “activa” pois existem dados que permitem o cruzamento entre início, volume de e última data conhecida de actividade.

Figura E.1 – Evolução da população de geocachers residentes em Portugal e nº de caches (2001-Jun.2017)



Fonte: Groundspeak.com, via GeoPT.org. Dados actualizados em 10 Ago. 2017

Em conformidade com o propósito do nosso trabalho, no geocaching interessam-nos naturalmente o conjunto de fenómenos de comunicação mediada, as formas como ao longo do tempo estes variaram e foram progressivamente impactando a sociabilidade dos praticantes. Tendo-se passado de uma pequena comunidade tipo *gemeinschaft* em que era possível contactar nalguma altura face a face com a maioria dos integrantes até a um universo crescentemente impessoal em que é impossível a cada um conhecer senão uma limitada parte, sendo que a tecnologia de comunicação foi progressivamente apropriada e espontaneamente estendida de forma compensatória ao ponto de incorporar práticas inicialmente imprevisas, seja no uso do telemóvel, seja na consolidação que se fez sentir de rituais e encontros presenciais regulares.

Interessa-nos igualmente compreender como num domínio de génese essencialmente lúdica outras dimensões da vida pessoal e social se cruzaram e interpenetraram.

Podemos para tal usar com proveito e como ponto de partida modelos de adopção da inovação conhecidos, como o de Rogers (1983). Este último revela-se proveitoso na análise comprovada que faz do carácter dos *early adopters* e da ideia que, pré-existindo a massificação, os primeiros a adoptar uma tecnologia são tipicamente experimentalistas que para além de deterem os meios necessários para suportar os custos inicialmente elevados da mesma revelam uma apetência natural em função da extensão das suas competências e actividades profissionais. No caso do geocaching tal processo é bastante transparente, com um predomínio necessariamente não ocasional nas funções de pilotagem da comunidade pela parte de indivíduos com uma formação técnica, na área da informática e das redes, nalguns casos trabalhando directamente para os operadores nacionais de comunicações, factor que lhes permitiu ter acesso facilitado às tecnologias (mormente internet móvel) numa altura em que estas ainda constituem um gasto sumptuário para os demais.

A coalescência de uma comunidade de geocachers gerou *spin offs* que podemos qualificar de “profissionalização” a múltiplos níveis: contactos no âmbito do jogo que levaram a parcerias e oportunidades profissionais; surgimento de “negócios” (e.g. serviços turísticos e de alojamento ou mesmo lojas e produtos) dirigidos ao mercado geocacher; quando não mesmo o aparecimento de um

estrato de indivíduos cuja frequência de prática e tempo despendido virtualmente converteram o geocaching em actividade principal.

Temos, pois, para os nossos fins um rico espectro de análise e um conjunto de fenómenos em que a mediação tecnológica, o consumo do espaço e a interacção em rede desempenham papel pivô.

Sobre esta última (interacção), os estudos da comunicação mediada por dispositivos computacionais distinguem usualmente três tipos de interactividade (Dumova & Fiordo, 2010, p. 586 e seg.s; Gane & Beer, 2008, p. 87 e seg.s; Kioussis, 2002; Lievrouw & Livingstone, 2006, p. 209 e seg.s), a que utilmente podemos acrescentar um quarto, a “intraacção”<sup>261</sup>, e – no que especificamente concerne os média locativos – um quinto, o “ambiente” físico, ficando assim perante os seguintes níveis de análise:

- Interacção indivíduo-a-indivíduo
- Interacção indivíduo-conteúdo
- Interacção indivíduo-plataforma
- Interacção indivíduo-consigo próprio (intraacção)
- Interacção indivíduo-ambiente (físico)

Nesta sede, adoptando-se uma noção de sociabilidade de acordo com Gurvitch (1964, p. 53 e seg.s)<sup>262</sup> como “diversos tipos de relações sociais que se estabelecem entre os membros de uma colectividade e as diversas formas por que esses membros estão ligados ao todo social ou pelo todo social” interessa-nos eminentemente a primeiro e os dois últimos tipos e – tendo previamente rejeitado o mito da transcendência que pretendia posicionar os meios interactivos e o espaço “virtual” como algo de solto e inteiramente distinto do “espaço físico” – interessam-nos subsidiariamente os tipos intermédios de interactividade com o conteúdo gerado pelos utilizadores nas plataformas sociais, pois no essencial assumimos que mais do que como produto do meio e dos sistemas técnicos empregues, a interactividade é algo que se relaciona com o sentido de auto-conferimento mantido na mente do utilizador.

Os tipos de comunicação e interacção gerados pelo geocaching envolvem tanto a forma mediada como a forma típica face-a-face (encontros focados). A análise do entrelaçamento de ambas é parte da nossa ambição, pelo que uma e outras devem merecer atenção e para esse fim pode ser útil a decomposição consoante o tipo de práticas.

Assim, no geocaching a **interacção mediada** é a mais comum e porventura volumosa no volume de transacções, englobando as seguintes modalidades e respectivos produtos passíveis de análise:

- Interacção no sítio geocaching.com:
  - Através dos comentários deixados nos *logs*;
  - Através das mensagens remetidas utilizador-a-utilizador;
  - Através da própria forma como a página de cada geocache é concebida, acedida e modificada

---

<sup>261</sup> Correspondente à “intracomunicação” (Littlejohn & Foss, 2009, p. 566 e seg.s), ou “comunicação intrapessoal” e ao diálogo interno, na acepção de Archer (*cf.*, acima, p. XXII). Trata-se do processo monológico de “ruminação” em que o confronto com o ambiente das redes sociais actuais opera maioritariamente de forma passiva pela observação e volumetricamente mais pelo processamento silencioso e não notado da leitura do que pelo exercício interrelativo da escrita.

<sup>262</sup> Para quem ela constitui uma manifestação micro dos fenómenos totais que se exprimem através dos tempos sociais em três níveis de escala, em função dos níveis de coesão e sentido de identidade grupal: sociabilidades *de massas*, *de comunidade* e *de comunhão*, respectivamente.

(estando de facto previsto um conjunto de mecanismos de alerta e tipologias de estado, alteráveis consoante o *input* dos utilizadores);

- Através da actualização/edição que cada geocacher faz da respectiva página de perfil.
- Interação em fóruns de discussão da temática, em que pontificam dois sítios nacionais e um fórum internacional, disponibilizado pela própria Groundspeak.
- Interação no terreno (em situação de deslocação) através de telemóvel (inclui chamadas de voz e SMS bem como ferramentas de *instant messaging* com por mero exemplo o WhatsApp para consulta e coordenação com outros geocachers)
- Interação no terreno através de radiofrequência a curta distância (*walkie-talkie*)
- Interação através da internet (gerando *inputs* para grupos em diversas redes sociais, particularmente no Facebook, onde se encontram repartidos por ordem de abrangência regional)

A **interacção face-a-face**, por seu turno, ocorre das seguintes formas:

- Encontros fortuitos/casuais/não planeados no terreno quando em busca de uma cache
- Encontros deliberados/organizados tendo em vista a celebração da actividade
- De algum modo sempre que se actua em equipa e ou organiza uma sessão de busca agregando um grupo de indivíduos integrando um ou mais domínios de vida (familiar, profissional etc...).

Se a interacção presencial se presta à auto-reflexão, no decurso das entrevistas e bem assim à observação participante, já as modalidades mediadas (excepção feita às trocas síncronas, por definição privadas e inacessíveis no espaço público) adequam-se a uma análise de conteúdo e bem assim a uma etnografia dos espaços virtuais.

À aplicação destas últimas prestam-se desde logo os *logs* em linha. Os quais incluem os seguintes tipos de informação:

- Data
- Tipo de registo (*found, not found, attended, note, owner maintenance* etc...)
- Campo de texto (limitado a 2044 caracteres)
- Número variável de fotos (em opção).

Segundo valores actualizados para o início do mês Agosto de 2015 estávamos a falar (Quadro E.1), no que toca a realidade portuguesa, de um total de cerca de 7,7 milhões de textos produzidos - a maioria de curta dimensão (média de 174 caracteres cada, com a mediana situada em 32 caracteres) - acompanhados de um pouco mais de 1,1 milhões de fotografias.

#### **Quadro E.1 – Estatísticas relativas ao número e tamanho médio de *logs*, partilha de fotografias e participação em eventos por parte da população de geocachers residentes em Portugal**

	Logs	Tamanho Médio Logs	Fotos inseridas	Founds Totais	Eventos assistidos	Trackables descobertos
N	Válido	44191	44191	43240	44191	643
	Ausente	0	0	951	0	43548
		0	0	0	0	0
Média	174,25	105,35	25,76	157,08	5,23	23,33
Erro de média padrão	3,188	5,35	1,302	2,776	1,461	1,069
Mediana	32,00	72,00	0,00	30,00	2,00	0,00
Modo	6	33	0	6	1	0
Desvio Padrão	670,230	112,490	270,787	583,600	11,696	224,665
Variância	449208,157	12654,078	73325,726	340588,673	136,791	50474,403
Assimetria	15,032	4,211	35,542	14,211	7,989	28,833
Erro de assimetria padrão	0,12	0,12	0,12	0,12	0,96	0,12
Curtose	369,811	44,892	1875,363	327,869	88,833	1248,952
Erro de Curtose padrão	0,23	0,23	0,24	0,23	1,92	0,23
Intervalo	27446	3433	20867	22777	164	14251
Mínimo	1	0	0	0	1	0
Máximo	27447	3433	20867	22777	165	14251
Soma	7700427	4655624	1113907	6941497	3366	1031091

Pensamos igualmente, em matéria de histórico de encontros presenciais organizados (inúmeros

outros de carácter menos formal existirão) num total de 3240 eventos (dos quais 161 CITOS, *Cache In Trash Out Event*, um tipo particular de evento especificamente dedicado à limpeza de uma dada área), averbando o mais concorrido 236 presenças.

A avaliação de o quanto os laços virtuais acabam impregnando as relações presenciais deve, no entanto, evitar extrapolações simplistas. Ainda que a relação entre ambos seja difícil de medir, materializando-o de outras formas (sobretudo na formação de grupos aquando da prática, ao arrefio das agregações colectivamente convocadas), o certo é que dos 3240 eventos formais ocorridos em distintos pontos do tempo e do espaço foram concorridos por um universo de apenas 643 indivíduos<sup>263</sup> (1,46% do total), o que remete para níveis de compromisso distintos. De resto igualmente evidentes na curva de distribuição do número médio de *finds* que, tendo obviamente que ser temperado com os distintos tempos de permanência na actividade, remetem ainda assim para uma média de 157 caches e uma mediana de 3.

Já no plano do cruzamento do movimento e das deslocações no espaço com a variável tempo resulta evidente que a prática do geocaching não se faz independentemente da sazonalidade e em particular dos períodos de férias.

Figura E.2 - Intensidade da prática do geocaching e sazonalidade

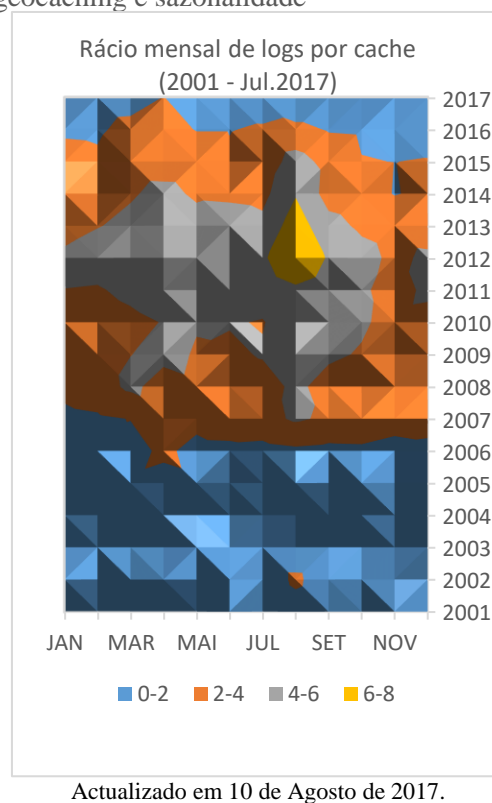
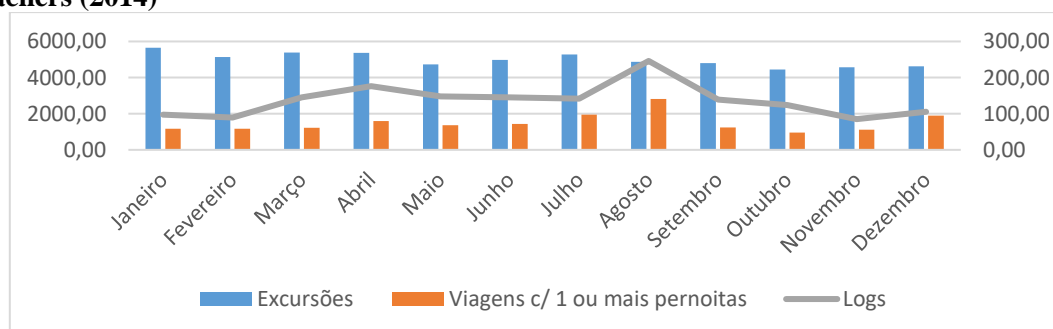


Figura E.3 – Deslocações dos residentes no território nacional por mês e número de logs de geocachers (2014)



Fonte: I.N.E, Inquérito às Deslocações dos Residentes. Eixo esquerdo: milhares de deslocações; direito: milhares de logs.

Assim, na Figura E.3 e na Figura E.2 (coteje-se ainda com a análise acima, p. XVI e seg.s) ,

<sup>263</sup> Medido pelo número de registos nas respectivas páginas. Conforme se salientou anteriormente é possível mesmo provável que parte deles correspondam ao registo da presença de “equipas” de mais de um indivíduo ou mesmo de praticantes individuais que excepcionalmente se fizeram acompanhar.

através do rácio mensal de *logs* por cache (indicador da frequência da prática, mais *logs* traduzem mais actividade) constatamos ao longo dos anos, e em especial no ano de 2014 (escolhido na medida em que cujo final coincidiu com a aplicação do inquérito) um padrão de sazonalidade na actividade dos geocachers análogo ao que os dados do INE indiciam para o conjunto da população em geral através do Inquérito às Deslocações dos Residentes, seja com pernoita seja como excursionismo

Deste modo, tornar-se necessário levar a cabo uma análise mais fina, que cruze a intensidade de prática com a respectiva distância e os padrões de deslocação face à residência habitual, distinguindo e medindo as variações que possam existir consoante essas acções traduzam actos de produção ou consumo espacial e tentando apurar o que é que isso nos pode dizer sobre como rotas e raízes se relacionam e que reflexo podem ter no espaço relacional do jogo.

## ANEXO F DA INCORPORAÇÃO DA LOCALIZAÇÃO NAS PRÁTICAS SOCIAIS E NO GEOCACHING EM PARTICULAR. PRECEDENTES E ÂNGULOS DO SEU ESTUDO NA LITERATURA

Uma análise da literatura produzida sobre tecnologias locativas e geocaching, revela o predomínio de algumas grandes orientações correspondentes a outros tantos enfoques disciplinares preferenciais. A saber: uma **orientação geográfica**, focada nos sistemas de informação geográfica como promotores de novas territorialidades em que se procuram implicações tanto para as suas estratégias de ordenamento como para os domínios promocionais do turismo como finalmente para o ensino da própria geografia; uma preocupação típica das Ciências da Educação com as potencialidades das tecnologias móveis para constituir **práticas de ensino-aprendizagem** que permitam ancorar a construção de significado (seja, gerar conhecimento contextual), frequentemente perspectivadas como complemento do ensino formal e presencial, mas também nos domínios particulares da promoção dos valores ambientais; uma **preocupação eminentemente prática e de desenho**, associada à Engenharia Informática e de Sistemas e à forma de melhor deles retirar partido seja na concepção e interface de ferramentas de comunicação seja em particular de jogos; dentro do mesmo espectro, por vezes com colação à análise de redes com base em modelos matemáticos, registam-se ainda inúmeras tentativas de retirar partido dos **acervos de big data disponíveis tendo em vista aferir padrões de deslocação e por vezes de associação** e eventualmente sociabilidade, algo que é eminentemente feito a partir do tratamento quantitativo dos *check-ins*. De uma forma geral, salvo raras exceções, embora os temas arvorados sejam eminentemente sociológicos, o seu enraizamento na respectiva teoria é brando.

### F.1 PERSPECTIVA GEOGRÁFICA: MARKETING TERRITORIAL E RECONSTITUIÇÃO DO ESPAÇO URBANO

Em Portugal, o geocaching, especificamente, tem sido alvo de interesse pela banda da Geografia, no contexto da qual é possível identificar a produção de alguns trabalhos seja na Universidade de Coimbra (Alves & Carvalho, 2014; Alves & Fernandes, 2015; Fernandes, 2013a, 2013b, 2013c) seja na do Minho (Teles, Correia, Alves, *et al.*, 2014) cuja problemática dominante é a forma pela qual o espaço rural está a ser redescoberto e reorganizado em função do turismo e como as plataformas de geolocalização encerram elevado potencial seja como instrumentos de marketing territorial – isto é, como instrumento de planeamento estratégico de um espaço geográfico elevando a sua posição relativa nas diversas redes – seja para a promoção dos valores da proteção ambiental. Esta última perspectiva revela-se igualmente apelativa para a própria Biologia (Martins, 2014).

Concorrendo com a perspectiva que nós próprios temos vindo a desenvolver ao longo do presente do trabalho, admite-se que “com a intermediação e orientação de um qualquer aparelho GPS,



o geocacher parte ao encontro das coordenadas georreferenciadas, envolve-se com o espaço geográfico e contradiz a apressada suposição de que as novas tecnologias de informação diminuem a relação com o solo, os lugares e as métricas clássicas da geografia euclidiana que, apesar da deriva tecnológica, continua marcante no actual contexto pós-moderno” (Fernandes, 2013b, p. 28), emergindo a “tecnologia como factor de desenvolvimento de novas sociabilidades e de outras territorialidades, em que se discute o papel das tecnologias móveis em geral e dos aparelhos GPS em particular, pelas errâncias que proporcionam, pelas renovadas formas de consumo e apropriação do espaço que impulsionam” (Fernandes, 2013c).

A partir da análise de alguns casos de estudo, mormente nos espaços emblemáticos das Serras da Lousã, Estrela, Gerês e Arrábida, salienta-se ainda o facto de o espaço do geocaching ser um espaço vivido, objecto de leitura e representação subsequente. Espaço panorâmico (Alves & Carvalho, 2014; Alves & Fernandes, 2015), contemplativo e pausado que permite a apropriação criativa e inovadora gerando ao mesmo tempo cartografias pessoais, levando ao preenchimento de lacunas e à deslocação a lugares que de outra forma permaneceriam despercebidos. Uma prática a que se reconhece ainda a capacidade de melhorar o sentido de orientação, o espírito de entreatajuda e de trabalho em equipa (Teles, Correia, Alves, *et al.*, 2014).

Se em Portugal, o enfoque é no espaço rural, no Brasil e alhures, em contrapartida, é possível encontrar exemplos de interesse centrado sobre a aplicação das tecnologias de geolocalização no espaço urbano (Humphreys & Liao, 2011; Liu, Sui, Kang, *et al.*, 2014; Monteiro, Silva, & Brito, 2014; Noulas, Mascolo, & Frias-Martinez, 2013; Viana, 2011).

Enformado por Lefebvre, o espaço urbano surge assim como palco de práticas de reprodução da vida social, entrecruzando as dinâmicas da dominação política, de acumulação de capital e de realização da vida humana sendo atribuído ao específico uso do geocaching como prática que une as geotecnologias, a internet e os dispositivos móveis, a passibilidade de melhorar a sua leitura e interpretação, ao mesmo que o “aprender brincando” promove noções cartográficas e competências de orientação (Monteiro, Silva, & Brito, 2014).

Já perspectivados nas ópticas de Maffesoli (2006) e Lemos (2005, 2006) ao nomadismo e à errância admitidos pelo geocaching é atribuída a passibilidade de constituírem uma forma reactiva e substitutiva de prática móvel arvorada contra a exacerbação moderna da residência fixa e do sedentarismo. Mecanismo em que a retórica politicamente correcta tende a atribuir importância às práticas de lazer ao ar-livre como forma de promoção da actividade física e da sustentabilidade ambiental, mas que deve ser igualmente ser pensado pela teia de relações construídas e subjectivamente experimentadas. Pelo consumo, mas também pelo enriquecimento cultural, ligado às relações nos espaços *on* e *offline* em que “comunicação é mobilidade, significa deslocar-se, representando novos modos de estar junto. A errância, por sua vez, seria uma expressão de uma (...) relação com o mundo menos ofensiva, mais carinhosa, um tanto lúdica, tornando-se mecanismo de socialização” (Viana, 2011, p. 239).

Com a introdução da geolocalização, os *smartphones* constituiriam assim “dispositivos híbridos

móveis de conexão multiredes” (Lemos, 2008) e os *wireless street games* uma nova forma de cibercultura em que o espaço público é questionado de forma crítica pelo ciberespaço, sendo alvo de reflexão em diálogo com o ambiente virtual. Os jogos urbanos com dispositivos móveis poderiam, por conseguinte constituir acréscimos às experiências efêmeras de apreensão do espaço urbano propondo novos procedimentos “psicogeográficos”, terreno de ludicidade e aventura e de novas práticas de “**deriva**” (Leão, 2004) enquanto técnica situacionista<sup>264</sup> de andar deliberadamente sem rumo, construído outra comunicação na cidade por modos que exprimem uma cultura urbana de expressões múltiplas e não propriamente o espaço uniforme pré-traçado e previamente alvo de práticas de produção (tal a análise de Lefebvre).

Assim, em suma, o geocaching, como prática cultural, originada pela convergência entre a tradicional “caça ao tesouro” e as tecnologias móveis, “pode funcionar como estímulo aos novos e velhos rituais sociais: trocas, informações, cooperação, reforço da coesão, estimulando um capital social, ou seja, mecanismos de confiança, de reciprocidades, compartilhamento de normas e valores pelas redes”(Viana, 2011, p. 245).

## **F.2 PERSPECTIVA EDUCATIVA: CONSTRUIR UM CONHECIMENTO MOTIVANTE, SIGNIFICATIVO E CONTEXTUAL**

Uma segunda linha de eminente interesse pelo tema das tecnologias de geolocalização pode igualmente ser identificada na sua aplicação nos domínios do ensino-aprendizagem e das Ciências da Educação, para a instrução da própria geografia em particular (Donert, 2010; Zecha, 2012) e de uma

---

<sup>264</sup> Para que melhor se entenda, esta conceptualização resulta de Debord (2006) e do movimento intelectual dito “internacional situacionista”, nome da publicação que manteve, e que entre o final da década de cinquenta e o início da década de setenta do século XX pugnou pela criação de uma forma artística impassível de rotinização, musealização ou “espectáculo”, no sentido depreciativo de performance formalizada. Por conseguinte, uma arte dando predileção às montagens de um tipo temporário e a uma apropriação do quotidiano e do efêmero passíveis de os elevar a uma natureza mais elevada. As suas técnicas dilectas consistiam complementarmente na “*derive*” e no “*détournement*”, na deambulação pelo espaço urbano de forma a apreender a sua “psicogeografia”, seja as características que lhe são atribuídas de forma emocional, de modo a poder proceder à sua subversão, realizando intervenções que obrigassem à releitura fora das estruturas de poder do capitalismo de consumo (Gardiner, 2000, p. 107), promovendo em termos marxistas a “desalienação” da condição individual. Embora, influenciado em parte por Lefebvre, o movimento tenha tido expressão sociológica por exemplo sobre a perspectiva de Bourdieu quanto à arte consagrada na forma da *haute culture*, como instrumento disposicional e forma de perpetuar as relações de domínio e de classe bem como na noção da economia de signos em Baudrillard como sendo feita de simulacros (Ritzer, 2005b, p. 706 e seg.s; Turner, 2006, p. 554), o situacionismo constitui presentemente, porém, um campo mais comumente articulado no âmbito dos estudos culturais (Moran, 2005). Como “leis e efeitos específicos do ambiente geográfico, conscientemente organizadas ou não, nas emoções e nos comportamentos dos indivíduos”, é possível admitir que as redes sociais propõem “psicogeografias” particulares (Bauerlein, 2011, p. 181) seja por o espaço virtual recorrer sistematicamente a metáforas espaciais seja porque, finalmente, com as tecnologias de localização, ele verter-se igualmente sobre o espaço físico e geográfico. Uma reinterpretação da problemática situacionista leva assim a admitir que uma libertação do espaço como interpretação imposta pelos instrumentos tecnológicos passa pela sua apropriação criativa, pela possibilidade de construir de forma descomprometida e eminentemente lúdica narrativas alternativas, desvios e derivas de que a prática do geocaching é potencialmente paradigma. Shaleph O’Neill (Turner, Turner, & Davenport, 2009, pp. 155-167), por exemplo, compraz-se em reconstituir a necessidade de um “situacionismo digital” na admissão de que “na era do espectáculo interactivo que hoje permeia cada aspecto da nossa cultura, o que foi adicionado ao espectáculo é a ilusão da agência administrada através as novas condutas tecnológicas”.

forma geral aplicada ao *mobile learning* (Carvalho, Cruz, Marques, *et al.*, 2014; Lisenbee, Hallman, & Landry, 2015) e por vezes particularmente à sua gamificação e especificamente à educação ambiental (Zecha, 2012), como formas de retirar partido das tecnologias móveis de forma seja a estender a aprendizagem formal seja a apoiar a aprendizagem informal (Valentim, 2009).

Subjacentes estão as ideias inspiradas nas pedagogias construtivistas, construcionistas e conectivistas (Ackermann, 2001; Downes, 2005; Papert, s.d.; Siemens, 2004; Siemens, 2008a, 2008b; Siemens & Tittenberger, 2009; Turkle & Papert, 1992) relativamente à aprendizagem como processo de cognição colaborativa e social, distribuída e localizada em que a construção do conhecimento beneficia da sua inserção mediante as tecnologias móveis no contexto, seja na bagagem intelectual do aprendente, seja no próprio ambiente imediato, na colação empírica e experiencial (Ausubel, 1963; Jonassen, 2003, 2007; Jonassen & Association for Educational Communications and Technology., 2004; Jonassen & Land, 2000; Jonassen, Peck, & Wilson, 1999; Kolb, 2007; Kolb, 1984; Kolb, 2008; Papert, s.d.; Resnick, 1996; Rogers, 1997; Vygotsky, 1999, 2001; Young, 2003).

De uma forma geral são trabalhos marcados pela didáctica disciplinar dando conta com graus variáveis de sucesso de exemplos de aplicação particulares a título exploratório, com maior frequência focadas na necessidade de sensibilização dos próprios professores mais do que nos aprendentes.

Assim, para dar apenas dois exemplos retirados da realidade nacional recente, Simões & Pombo (Carvalho, Cruz, Marques, *et al.*, 2014, pp. 367-274) dão conta de um projecto envolvendo alunos do ensino básico que pretende retirar partido do geocaching para o ensino das ciências e como forma de combater a desmotivação dos alunos, tornando a aprendizagem activa enquanto Cruz & Menezes (Carvalho, Cruz, Marques, *et al.*, 2014, pp. 282-294) dão conta da aplicação de um questionário a um conjunto de nove professores, cinco dos quais participaram pela primeira vez numa actividade de geocaching, tendo em vista aferir o seu grau de utilização das tecnologias no apoio ao ensino e à forma com lhe foi para tal reconhecida utilidade, algo que é tido por confirmado.

Mais do que o reconhecimento de utilidade e do exercício prospectivo “posso encontrar usos para isto na minha actividade lectiva?” o problema colocasse, porém na passagem à efectiva prática. Neste plano, a possibilidade de “talvez” o vir fazer, escolhida por 80% dos cinco inquiridos que efectuaram um primeiro contacto com o geocaching no contexto do estudo é insuficientemente abonatória tendo presente por um lado, como se verá, que a actividade é substancialmente menos apelativa para o público feminino, sendo 2/3 da amostra constituída mulheres, e por outro que ela se apresenta igualmente enviesada em termos de estrutura etária, com 8 dos 9 inquiridos a ter menos de 40 anos.

Num tom inteiramente distinto e para uma apropriação especialmente criativa e como tal merecedora de nota Dunlap, Tang & Greenberg (2015) dão conta de um projecto de “ScienceCaching” ou “ciência cidadã baseada nos locais” (*site-based citizen science*) que pode ser sinteticamente descrito como uma adaptação da lógica da computação distribuída<sup>265</sup> à da pesquisa científica feita no terreno,

---

<sup>265</sup> Cujo precedente remoto de maior sucesso, recorde-se, foi na década de 90 o projecto SETI, em que se os utilizadores participavam doando o tempo morto dos recursos dos seus computadores pessoais através da instalação de um pequeno programa cliente que descarregava pacotes de dados (de sinais rádio, visando detectar

mobilizando os princípios do geocaching enquanto jogo de modo a organizar uma comunidade de voluntários que forneceriam a mão-de-obra e permitam recolher amostras e monitorizar dados locais de interesse ao longo do tempo. A ideia subjacente é por conseguinte edificar uma plataforma que permita a um pesquisador, por hipótese interessado em monitorizado a prevalência de uma dada espécie vegetal num dado parque nacional, introduzir aí os dados do seu projecto de tal modo que subsequentemente os utilizadores possam nele participar, estabelecendo colaborativamente por hipótese um inventário de amostras (*e.g.* medindo a espessura o tronco de um espécime, registando as respectivas coordenadas e recolhendo fotos através da aplicação para *smartphone* incorporada) e porventura recolhendo mesmo alguns exemplos – por exemplo folhas – subsequentemente depositadas em “contentores” no terreno, como locais de recolha. O modelo que não interessa aqui detalhar, por falta de colação directa ao nosso objecto, prevê ainda mecanismos de validação.

### **F.3 PERSPECTIVA INFORMÁTICA APLICADA: DESENHO DE INTERFACES, JOGOS, E MARKETING DIGITAL**

Na óptica aplicada da Engenharia Informática, como trabalhos de projecto, encontramos igualmente alguns exemplos no universo nacional seja perspectivando especificamente o potencial do geocaching como ferramenta de “marketing digital” (Baptista, 2014) seja apresentado o desenvolvimento de um jogo locativo, designado “Geo Wars”, vagamente inspirado na sua filosofia (Jacob & Coelho, 2011).

No primeiro caso trata-se de um trabalho tendente à obtenção do grau de mestre em Sistemas Gráficos e Multimédia levado a cabo no Instituto Superior de Engenharia do Porto traduzida na concepção de um cartucho Wherigo (plataforma derivada do geocaching.com que, recorde-se, permite a programação de percursos georreferenciados) propondo uma “ficção medieval, sobre o Castelo de Santa Maria da Feira” com o objectivo de o divulgar, atrair mais visitantes e como demonstração do seu potencial enquanto ferramenta de marketing digital de conteúdo. A partir da análise de um questionário subsequentemente aplicado aos participantes, a autora conclui pelo seu sucesso na medida em que a execução do jogo espoletou o generalizado interesse em conhecer melhor o castelo e a cidade.

No segundo caso os autores, no âmbito da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto expõem o desenvolvimento de um jogo baseado na localização e os desafios inerentes às respectivas etapas de desenvolvimento e à implementação das infra-estruturas.

De notar, como facto saliente, que ambos os casos coincidem quanto à relevância dos limites tecnológicos na experiência dos jogos locativos, enfatizando a primeira as diferenças de

---

vida extraterrestre inteligente) os processava localmente e subsequentemente devolvia o resultado para um servidor central. A mesma lógica, adaptada à astrociência, continua actualmente a ser prosseguida com o projecto Galaxy Zoo <<http://www.galaxyzoo.org>>, o qual se apresenta com um *twist* subtil pois mais do que solicitar os recursos computacionais, ele mobiliza a inteligência dos utilizadores, solicitando a sua colaboração num rastreio do céu profundo, mediante a observação e classificação de galáxias a partir das respectivas fotografias. No plano do emprego na pesquisa científica de estratégias de computação partilhada destaque-se ainda a plataforma BOINC, *Open-source software for volunteer computing* <<https://boinc.berkeley.edu>>.

performance em função das plataformas/sistemas operativos e os segundos o problema da possível indisponibilidade do sinal GPS bem como, notavelmente, questões derivadas da própria condição física do jogador, uma vez que o jogo depende como *input* do próprio movimento deste o que idealmente remete para a incorporação na sua programação de mecanismos que permitam balancear de forma dinâmica a progressão em função do processamento dos ritmos individuais. A inexistência desta preocupação constitui aliás um dos reparos feitas pelos utilizadores do Wherigo, que se queixavam de tempos apertados para a execução de algumas tarefas.

#### **F.4 PERSPECTIVA *BIG DATA* E ANÁLISE DE REDES: DISCERNIR PADRÕES DE DESLOCAÇÃO E ASSOCIAÇÃO**

A exploração dos *pools* de dados georreferenciados tem dado azo a inúmeros trabalhos, boa parte dos quais movidos por preocupações associadas explícita ou implicitamente à problemática do desenvolvimento de modelos estatísticos passíveis de acomodar a antecipação dos padrões de consumo dos utilizadores mediante a análise dos respectivos registos em plataformas de microblogging com o Twitter e o FourSquare<sup>266</sup>.

De facto, de uma forma geral a exploração da *big data* é empreendida no quadro das ciências da computação gerando modelos de grande sofisticação estatística, porém relativamente pífios em matéria da “novidade” das perspectivas e dos resultados que geram.

Não sendo anormal que assim seja, resta, porém, perceber até que ponto o desiderato é fruto das opções analíticas ou um limite próprio da natureza dos dados cujo “grande volume” não é forçosamente acompanhado de “grande profundidade” e relativamente aos quais, mais comumente, se fazem na melhor das hipóteses algumas inferências confirmando por conveniência perspectivas teóricas que não necessariamente aquelas cuja angularidade crítica de confirmação mais carece<sup>267</sup>.

Assim, entre as largas dezenas de artigos disponíveis, foi necessário operar uma selecção criteriosa daqueles cuja definição da problemática e ou conclusões revelaram pistas e algum interesse potencial para os nossos fins particulares. É sobre alguns destes que de forma sintética e paradigmática nos debruçaremos de seguida, repartindo-os como critério pelas plataformas sobre as quais incidem. Também como pretexto para a discussão das problemáticas que encerram.

##### **F.4.1 INSTAGRAM E RITMOS DA PRODUÇÃO VISUAL DO ESPAÇO**

Em primeiro lugar, empreendendo uma reflexão crítica sobre o que se tem feito, Hochman e

---

<sup>266</sup> Neste sentido vejam-se adicionalmente: Ahmed, Hong & Smola (2013) Chen, Zhuang, Cao, *et al.* (2014); Cheng, Caverlee, Lee, *et al.* (2011); Liu, Sui, Kang, *et al.* (2014); Long, Jin & Joshi (2012); Shankar, Yun-Wu, Castro, *et al.* (2012).

<sup>267</sup> Comungando desta interpretação veja-se por exemplo a reflexão de Mosco (2014, p. 180) quanto à vocação teórica da *big data* em que se presume que o volume dos dados fala por si próprio sem efectivamente distinguir suficientemente correlação de causalidade ao mesmo tempo que o acento tónico na previsão e antecipação do comportamento efectivamente enfatiza a preocupação com o futuro e aquilo que "pode vir a ser" sobre a explicação do presente e do "porquê assim é".

Manovich (2013), retomando a linha persistente do primeiro (Manovich, 2002), reprovam as técnicas que se esforçam por atribuir sentido às localizações, *check-ins* e percursos de deslocação por se concentrarem tipicamente em tentar discernir padrões ao mesmo tempo que negligenciam olímpicamente os próprios conteúdos/produtos individualmente gerados. Como consequência dos métodos de agregação, traduzidos em representações visuais, gera-se através destas uma aparência de “totalidade” que não existe num tempo específico, mas fora do tempo. Ou seja, agregando distintos produtos gerados em distintos instantes acaba-se por lhes conferir uma coerência artificial, atribuindo uma aparência de “comunidade” ou de uniformidade de prática que na verdade pode não existir.

Por conseguinte estas representações, geradas pelo aproveitamento da *big data*, tal como os “mapas”, tendem a urdir uma “mentira” e embora se afigurem apelativos e aparentemente estimulantes revelam-se, na prática, de comedida utilidade na medida em que não permitem saber grande coisa sobre as motivações e as práticas particulares limitando-se à complacência da contemplação de um todo confeito pela aplicação de técnicas particulares de programação.

Como contraponto sugerem que para melhor poder entender a forma como o espaço social é construído nas plataformas das redes sociais é necessário introduzir maior granularidade no tratamento dos respectivos produtos, seja em termos diacrónicos seja sincrónicos e notavelmente retirar partido das características dos formatos tecnológicos além da inclusão da localização geográfica como, no exemplo do Instagram, sobre os produtos do qual se debruçam, procedendo à identificação do tipo de filtros aplicados em cada foto; através da comparação das tonalidades e horas do dia em que as imagens foram tanto capturadas como carregadas para a plataforma e assim sucessivamente. Como resultado empreendem a título de exemplo um estudo comparativo entre as fotografias geradas em diferentes pontos do globo que lhes permite distinguir “assinaturas” específicas em diferentes cidades através da distinta propensão dos utilizadores para aplicar determinadas manipulações, matizes e níveis de brilho<sup>268</sup>. Inspiram-se igualmente na *ritmanálise* de Henri Lefebvre gerando representações das fotografias em função dos seus tempos cíclicos e lineares de forma a reproduzir visualmente os ritmos da produção visual colectiva de um dado espaço ao longo de um dado período.

Embora as técnicas sejam refinadas e as preocupações de método surjam bem fundamentadas teoricamente, olhando o resultado não deixa, não obstante, de ser difícil admitir a sua utilidade prática. A verdade é que nenhuma análise quantitativa em volume dispensa a aplicação de métodos qualitativos nem permite, em matéria fotográfica, para estabelecer uma comparação, obter o tipo de pistas e análise fina que se logram pela análise particular de cada fotograma, usando o tipo de estratégia que por exemplo Collins (2008) aplica paradigmaticamente nos seus estudos da microviolência

#### **F.4.2 FOURSQUARE, DINÂMICAS DE CHECK-IN E DINÂMICAS DE TROCA NAS REDES**

Num par de artigos complementares, Noulas, Scellato, Mascolo, *et al.* (2011) e Scellato,

---

<sup>268</sup> Para trabalhos idênticos em escopo e método vejam-se ainda Hochman e Manovich (2013); Hochman e Schwartz (2012), bem como os sítios de apoio aos projectos de investigação associados: <http://phototrails.net> e <http://selfiecity.net>.

Lambiotte, Noulas, *et al.* (2011) debruçam-se sobre os “padrões de actividade geográfica” dos utilizadores do FourSquare e sobre as “propriedades sócio espaciais” da respectiva rede social baseada na localização, respectivamente, empreendendo para tal uma análise estatística.

No tocante às segundas concluem que a relação entre distância e associação não segue uma tendência uniforme nem, como seria porventura de esperar, necessariamente inversa.

A estrutura socio-espacial das redes de localização só parece explicável tendo em consideração tanto os factores geográficos como os mecanismos sociais e o seu efeito sobre as redes relacionais parece ir no sentido de que os utilizadores com muitos amigos tendem a possuir mais ligações distantes enquanto os com poucos amigos mantém relações mais próximas, sugerindo-se que os primeiros beneficiam da extensão da sua rede relacional mediante a existência de laços comuns. Os resultados não são novos e embora a formulação “díades” versus “tríades” indicie uma orientação eminentemente psicológica mais do que sociológica, ao salientar a operatividade das segundas eles vão de encontro seja à tese da “força” dos laços fracos - *apud* Granovetter – seja, à ideia de que as redes servem de mecanismos centrífugos que aumentam o protagonismo daqueles que já o têm enquanto os demais permanecem relativamente isolados.

De outra forma, os autores falham em demonstrar e de facto nem sequer se mostram especialmente preocupados com isso como as plataformas de localização podem constituir formas autónomas de *bonding* e de *bridging* em que mais do que uma avaliação declarativa do que está é interessante inquirir sobre o como a ele se chegou. Mas esse, novamente, é um problema de impassível solução fácil por métodos quantitativos.

Noutro conjunto de artigos, igualmente confeito sob a forma de par, numa verosímil lógica de maximização do esforço, Joseph, Carley & Hong (2014); Joseph, Tan & Carley (2012) debruçam-se sobre a dinâmica dos *check-ins* (as declarações de presença em dadas *venues*, locais ou eventos) no FourSquare no espaço particular da cidade de Nova Iorque. A evolução constatada entre artigos é interessante pois manifestamente os autores deram-se conta da necessidade de conferir espessura interpretativa aos dados coligidos e às possibilidades do instrumento analítico e no segundo fazem um apreciável de esforço de integração no quadro da teoria sociológica optando para tal pela macrossociologia de Blau (1977) quem retiram como hipótese de trabalho a possibilidade da associação entre homofilia (princípio de acordo com o qual o encontro entre pessoas com interesses similares ocorre com uma frequência superior ao entre pessoas com interesses diferentes ou, se se preferir, mais prosaicamente, que “a similitude engendra conexão”)<sup>269</sup> e isolamento social e a correspondente tradução

---

<sup>269</sup> Para uma perspectiva sociológica do princípio da homofilia nas redes sociais veja-se McPherson, Smith-Lovin & Cook (2001), onde se sugere que a “distância em rede” se mede menos pela proximidade física (distância quilométrica) do que pela proximidade em termos de características sociais (características sociodemográficas), sendo definida pelo número de relações (ou nodos) através dos quais um pedaço de informação deve passar para conectar dois indivíduos. A existência de uma relação positiva entre a similaridade de dois nodos numa rede e a probabilidade de um laço entre eles se desenvolver é uma das preocupações mais antigas da análise de redes, radicando inclusive no pensamento clássico, com Aristóteles a contar-se entre os primeiros a notar que “as pessoas gostam daqueles que são como elas”. A utilização moderna do termo em sociologia parece derivar do trabalho de Lazarsfeld e Merton (1954). Os autores do par de artigos em apreciação focam-se na identificação de “homofilia” a partir do desvio estatístico face ao que de outra forma seria expectável num modelo de associação aleatória.

em termos do espaço físico, através da predilecção por dados locais de encontro.

Partindo desta base os autores adoptam quatro variáveis – **raça, rendimento, localização do evento e interesses pessoais**<sup>270</sup> (inferidos os primeiros das características sociodemográficas da vizinhança/quarteirão em que as *venues* ocorrem, conforme conhecidos a partir dos censos) – aplicando-as a um conjunto de 450 mil *tweets* publicados a partir do FourSquare por cerca de 35 mil indivíduos com coordenadas geográficas de *attendance* a dados eventos, categorizados segundo a taxonomia da plataforma, que os levam a identificar na *Big Apple* um conjunto de 20 comunidades (ou *clusters* relacionais) em que pelo menos um dos quatro factores predomina sobre o que seria estatisticamente expectável (confirmando a sua primeira hipótese), três das quais se revelaram homogéneas em mais do que uma das variáveis, dando força à sua segunda hipótese de acordo com a qual “as comunidades homogéneas em mais do que uma das variáveis de constrangimento social representará um grupo ‘socialmente isolado’”.

Debruçando-se sobre estas últimas os investigadores encontram dados conclusivos relativamente a duas: trata-se de *hipsters* (comungando uma vizinhança conotada com tal forma de estar) e homossexuais (comungando a participação em *venues* em bares *gay*), “uma minoria cultural bem conhecida por ser isolada”, notam.

Esta tentativa de progredir além do primeiro trabalho, em que analogamente se tinha chegado a um série de *clusters*, com a ressalva porém de admissão que “tais *clusters* são puramente o resultado de um grupo de utilizadores que são todos motivados por algum factor oculto que os leva a fazer *check-in* numa pequena área geográfica”, afigura-se moderadamente bem-sucedida. Porque a coincidência dos *clusters* com as variáveis identificadas não permite estabelecer a causalidade estrutural da rede e porque querer ver neles “isolamento” é um lugar-comum forçado.

Do nosso ponto de vista, a “questão” que as plataformas das redes sociais, em particular as que incorporam a localização, levantam não é tanto a do *bonding* (para a qual o enfoque na homofilia remete e sobretudo se testa, pois, as pessoas não-de sempre associar-se em grupos em função de interesses e características comuns) mas a o *bridging* (saber se isso as limita e impede de contactar com pontos de vista outros que não o seu)<sup>271</sup>.

---

<sup>270</sup> Outros factores de homofilia não considerados mas igualmente enumerados na meta-avaliação de McPherson, Smith-Lovin & Cook (2001) incluem sexo e género, idade, religião, educação, ocupação e classe social, comportamento (i.e., partilha de padrões comportamentais particulares), atitudes, capacidades, crenças e aspirações. Como causas directamente exponenciadoras de associação pela semelhança em função dos anteriores enumeram-se: geografia (proximidade física), laços familiares, focos organizacionais, fontes isomórficas (seja, de “influência” ou “exposição” mormente em função da ocupação, família e papéis informais), processos cognitivos (percepção subjectivo-psicológica de semelhança). Do enumerado resulta que a acção da homofilia nas redes sociais instituídas em plataformas virtuais se distingue sobretudo pela constituição de novos “focos organizacionais”; por facilitar a projecção da identificação, levando o indivíduo a preencher voluntariosamente o vazio num modelo de pistas reduzidas e pela passibilidade de reduzir a importância da proximidade física na associação ainda que a primeira continue na prática a determinar os encontros de facto e por conseguinte, excepção feita aos laços fortes perenes, por exemplo do tipo familiar, tenda a manter relevância *a la longue*. Igualmente relevante é o facto de a homofilia tender a gerar mais homofilia e, por conseguinte, quanto mais tipos de relações existam em comum entre indivíduos mais provável é que eles se venham a associar em múltiplos domínios (gerando a assim designada *inbreeding homophily* ou numa tradução livre “homofilia procriativa”).

<sup>271</sup> Para uma escala de reconhecida aceitação passível de medir o *bonding* e o *bridging* nos contextos de participação tanto *off* como *online* consulte-se por ex. Williams (2006).



O que os autores acabam por fazer é tentar moldar a realidade às possibilidades do instrumento ao invés de o usar para chegar a ela no que possa ter de inesperado, a própria fundamentação teórica revela a intenção de chegar ao desiderato estereotipado de que “homossexuais” e “hipsters” são grupo “isolados”, sem chegar tão pouco a distinguir se esse isolamento é imposto ou desejado.

Que a homofilia é um fenómeno transversal passível de determinar as interacções e deslocações humanas, inscrevendo-se numa lógica estrutural e estruturante do espaço não parece especialmente interessante. Quem por hipótese se debruce sobre a toponímia da baixa lisboeta facilmente chega ao resquício da prevalência de tal desiderato no passado, pela inscrição de “zonas” consagradas a dados officios, segundo um critério eminentemente funcional, mas também, nos termos colocados pelos autores, em função do reconhecimento da inscrição espacial de grupos isolados – *e.g.*, a “Mouraria” como bairro de moçárabes.-Por conseguinte, constatar nas redes sociais a existência de *clusters* que em função da particularidade de estas os tornarem localizáveis admitem ser feitos coincidir com a frequência de espaços particulares é um produto largamente putativo.

Que se possam observar “*clusters*” é menos revelante do que tentar apurar se foi o uso da comunicação em rede como coisa distinta que determinou a sua formação ou se ela meramente reflecte uma realidade pré-existente. De outra forma, o que nos é dito é que o FourSquare é um retrato da sociedade, mas isso seria à partida expectável.

Admitindo que não se pode analisar os processos de interacção independentemente das estruturas sociais que os rodeiam, o problema é o de apurar até que ponto a estrutura das redes particularmente os pode afectar. A colação a Blau<sup>272</sup> é não obstante pertinente e pode tornar-se mais interessante se for estendida aos termos do debate entre a teoria da troca social e as teorias das redes, no pressuposto da possibilidade da mútua fecundação. Focando a atenção não na presunção de que a exclusão de dados grupos é um efeito estrutural, mas no facto de que a tese da força dos laços fracos é insuficiente se não se explicar como é que além da pura lógica das probabilidades (isto é, que mais laços permitirem *ipso facto* mais activações possíveis) exactamente em que termos estas activações ocorrem e quais as dinâmicas que as motivam e tornam possíveis.

---

<sup>272</sup> Peter M. Blau é sobretudo interessante na medida em que salienta a necessidade de “recompensa” na dinâmica das interacções, seja intrínseca (por exemplo, no geocaching, o puro sentimento do companheirismo e da entreatajuda) seja extrínseca (por exemplo, no geocaching, a possibilidade de comercializar artefactos e serviços) explicando as diferenças de “poder” como diferenças na capacidade recompensatória, por conseguinte no capital relacional através de um jogo em que mesmo quando o intrínseco predomine não pode haver compromisso sem troca, bastante ao arpejo da lógica de Wellman e Reingold que propõem como chave do individualismo em rede o “fazer o bem sem olhar a quem”. Enquanto os segundos laboram dentro de um modelo *bona fide* “a crédito”, Blau perspectiva a dinâmica da associação em rede como feita de transacções imediatas e do confronto de “capitais recompensatórios” que arvora líderes e processos de diferenciação grupal em função das relações que se estabelecem entre estes e os que os seguem (porque precisam deles) num processo negociado, mas inerentemente desigual. Assim, nas redes da comunicação e nos encontros virtuais, a democracia surge não numa base inteiramente “igualitária”; consoante os primeiros proponentes jacobinos, mas de forma análoga à democracia formal dos regimes demo-liberais: como um processo subtil de negociação da submissão em que, mesmo numa comunidade informal de prática, o poder está presente e aqueles melhores posicionado (tipicamente os mais experientes ou melhor conhecedores de uma dada matéria que, em certos círculos, coincidentemente podem ser igualmente os melhor capacitados financeiramente – pense-se por exemplo nos círculos da astronomia e da astrofotografia amadora e nos avultados valores necessários para despende em equipamento de forma a obter resultados) esperam como recompensa ser reconhecidos e diferenciados.

As teorias das redes, de que Wellman é proponente grado, têm como força deterem um modelo sólido de estrutura (cuja dinâmica designadamente permite abarcar como os no seu seio actores não têm que ser indivíduos singulares mas podem igualmente ser corporações e grupos), porém revelam um modelo insuficiente daquilo em que estas relações consistem, manifestamente patente no gizamento do “individualismo em rede” que no ponto de vista que pudemos expor é pouco convincente quanto às necessidades transaccionais destas relegando-as para o plano do idealismo optimista (*cf.* acima, p.87).

Em contrapartida as teorias da troca social, consoante historicamente desenvolvidas por George Homans e prosseguidas por Peter M. Blau e Richard Emerson (o primeiro com um enfoque behaviourista, enfatizando o comportamento a título de reforço em função das expectativas de recompensa determinadas como pelas experiências passadas, os segundos utilitarista, assumindo que os actores raciocinam sobretudo tendo em conta as expectativas de recompensas futuras), possuem um conjunto de axiomas relativamente claros e operativos que permitem caracterizar e prever a dinâmica das relações entre indivíduos mas se tornam lacónicas quanto às estruturas sociais em que estas opera e às possibilidades alegadamente introduzidas pela comunicação em rede (Burke & Stets, 2009; Easley & Kleinberg, 2010, p. 342; Ritzer, 2005b, p. 530 e seg.s; Ritzer & Goodman, 2004, p. 424 e seg.s; Turner, 2010c, p. 277).

Como desiderato, Cook e Whitmeyer (1992) tentam conciliar a força de ambas as perspectivas salientando que não basta que as pessoas estejam ligadas, o que torna essas ligações relevantes é a sua possibilidade de promover trocas (de onde a designação “teoria da troca nas redes”) sendo factores operativos destas a distribuição do poder em função designadamente das posições nelas ocupadas por cada protagonista, de tal que modo **que é a dependência de um nodo no fluxo da comunicação que lhe confere importância** sendo o poder em rede uma função de dependência relativa, determinado pela maior ou menor possibilidade de estabelecer relações entre actores contornando nodos particulares e condição determinante da forma como a desigual distribuição de recompensas entre posições se processa (DeLamater & Ward, 2013, p. 64 e seg.s).

## ANEXO G SOBRE O PERFIL DO UTILIZADOR REGULAR DE TECNOLOGIAS DE LOCALIZAÇÃO. ELEMENTOS ADICIONAIS

Objectivo: caracterizar a amostra de utilizadores de tecnologias de localização e identificar eventuais características sociodemográficas específicas.

### G.1 BREVE CARACTERIZAÇÃO SOCIODEMOGRÁFICA DA AMOSTRA DE RESPONDENTES AO QUESTIONÁRIO

Dos 589 respondentes que declararam usar tecnologias de localização 513 já experimentaram o geocaching em particular. Entre os 75 que nunca o experimentaram, ainda assim, 42 já ouviram falar dele e 33 não o reconhecem.

#### Estado Civil

58,9% dos respondentes vivem uma situação de conjugalidade (41,8% casados, 17,2% em união de facto), 35,5% são solteiros, 5,3% divorciados, registando-se ainda dois casos (0,3%) em situação de viuvez.

Estes valores diferem em boa margem do que é conhecido para o conjunto da população residente em geral à data dos Censos promovidos pelo I.N.E. em 2011. Especificamente:

- O número de casados ou equiparados é superior (o valor para a pop. residente é de 46,6%)
- Dentro destes, o número de uniões de facto em particular corresponde a mais do dobro (o valor para a pop. em geral é de 8,1%)
- O número dos solteiros é inferior (o valor para a pop. em geral é de 40,5%)
- O número de divorciados é idêntico (o valor para a pop. em geral é de 5,6%)
- O número de viúvos é expressivamente inferior (valor para a pop. em geral é de 7,3%)

Atendendo à correlação entre a situação de viuvez e a idade e entre esta última e os níveis de adopção da tecnologia e da inovação, mormente da Internet, considera-se o último facto expectável.

Já a prevalência da conjugalidade sobre os solteiros se afigura expressiva e tanto mais quanto a média de idades da amostra (37,7 anos) se situa abaixo da média da população residente (43,1 anos em 2011), ficando em conformidade este diferencial a dever-se sobretudo às uniões de facto, opção consistente com a população mais jovem e mais escolarizada da amostra.

Admitindo a representatividade da última, é igualmente aceitável afirmar que a utilização das tecnologias de localização tende a coexistir mais do que proporcionalmente com uma condição de vida “acompanhada” – independentemente de esta “companhia” conjugal se estender especificamente ou não às actividades em torno das tecnologias locativas, algo sobre o que nos debruçaremos adiante.

Como tal, os dados indiciam o oposto de uma correlação entre “tecnologia” e “isolamento social” e – se não necessariamente o seu “uso social” ao menos, definitivamente, o não arvoamento da sua busca como “substituto” das relações sociais.

Como se verá, o jogo locativo em particular evidencia um carácter que torna a deambulação a sós menos apelativa do que à partida se poderia pensar.

#### Nacionalidade

559 respondentes declaram nacionalidade portuguesa, 15 optaram por omitir a resposta e 15 declaram nacionalidades estrangeiras (França, 4, Brasil, 3, Espanha, 2 e individualmente Roménia, África do Sul, Alemanha, Canadá, Noruega e Quénia).

### Local de residência

No tocante ao local de residência, 93,7% dos respondentes (552 casos) habitam em Portugal Continental, residindo os demais (37 casos) nas regiões autónomas.

Identificaram-se ainda seis casos residuais de indivíduos deslocados que, apesar de deterem habitação em Portugal, passam a maior parte do seu tempo no estrangeiro (na Suíça, França, Reino Unido, Grécia e dois casos na Noruega, respectivamente). No tratamento subsequente dos dados estes foram simplificadamente considerados como residentes em Portugal, no local onde detêm habitação.

Solicitados a caracterizar o tipo de contexto em que a sua habitação se insere aproximadamente 4/5 declara habitar numa zona densamente povoada, sendo aproximadamente a metade constituída por residentes no “subúrbios ou arredores de uma grande cidade”, enquanto 15,4% residem numa aldeia e 4,4 (26 respondentes) numa habitação tendencialmente isolada (“quinta ou casa de campo”), repartidos estes últimos sobretudo pelo interior alentejano, Algarve e distrito de Vila Real (Figura G.1).

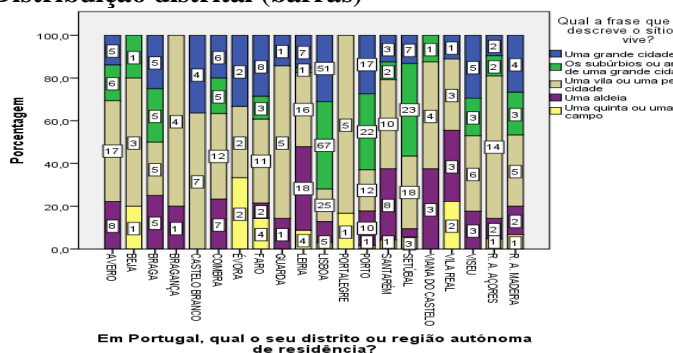
Uma decomposição e análise mais finas da distribuição espacial dos respondentes é levada a cabo no anexo (abaixo, p.CI), inclusive especificamente para a subamostra de geocachers (p. CII e seg.s), de forma a aferir a sua representatividade.

### Condição perante o trabalho

A população respondente é eminentemente activa, com 68,9% dos respondentes (406 casos) a declararem trabalhar a tempo completo e 4,6% a tempo parcial (27 casos), enquanto a porção de desempregados corresponde a 14,5% (56 casos). Registam-se ainda 9,8% (58 casos) de estudantes e 5,4% (32 casos) de reformados.

Como significativo constata-se que o número de desempregados na amostra não difere substancialmente da população em geral, que registou no ano de aplicação do questionário valores de 13,9%, segundo o INE. Os níveis de actividade parecem assim desmentir o lugar comum do nomadismo quando percebido pela moral produtivista como “vagabundagem”, apanágio de mandriões,

**Figura G.1 – Contexto do local de residência. Distribuição distrital (barras)**



Nota: os valores sobre barras correspondem aos casos.

enquadrando-o como efectivo “lazer”.

### **Habilitações académicas**

As habilitações académicas da amostra obtida de utilizadores de tecnologias de comunicação e localização revelam estar substancialmente acima da população em geral, porventura mais ainda do que no caso do uso da Internet *tout court*.

Assim, 58,2% dos respondentes declaram possuir habilitação ao nível do ensino superior, valor que constitui mais do triplo da população residente com 15 anos ou mais anos em geral em 2014, para quem este valor é de 16,5%. Enquanto 32,9% dos respondentes contra 19,2% da pop. residente declara ainda deter o ensino secundário completo.

Pese embora a respectiva amostra ser mais pequena, e, por conseguinte, estar potencialmente sujeita a maior erro, esta clivagem é ainda mais pronunciada no caso do sexo feminino em que em 77,4% das respondentes detém habilitação académica superior (contra 19% da pop. residente do sexo feminino em geral).

O facto de o questionário ter sido aplicado em regime de autopreenchimento pode muito improvavelmente justificar *per si* só o pronunciamento de tais declives.

A distribuição das áreas de qualificação por género permite constatar que a qualificação feminina difere substancialmente da masculina, tendo uma incidência proporcionalmente superior nas áreas da Saúde e Protecção Social, das Ciências Sociais, Comércio e Direito, das Artes e Humanidades e da Educação. Em contrapartida a formação masculina concentra-se nas áreas das Engenharia, Indústria transformadora e construção e nas Ciências, Matemática e Informática.

Esta distribuição é absolutamente expectável. Retira-se, porém, como relevante o facto de as mulheres envolvidas não apresentarem no plano da formação um padrão desviante face à generalidade do seu género. Ou seja, não se pode dizer que o perfil de formação das mulheres que empregam as tecnologias de localização evidencie um enviesamento particular que alguns poderiam esperar, por exemplo reunindo uma proporção superior de formadas em ciências ditas exactas.

No âmbito da problemática da “literacia digital” (Lankshear & Knobel, 2008), o cruzamento nos dados da acessibilidade (bem repartida) com as qualificações (notoriamente enviesadas) indicia que a primeira é secundária às segundas e que a utilização das tecnologias vertentes depende menos da sua disponibilidade do que da posse de competências de fundo pelos seus potenciais utilizadores.

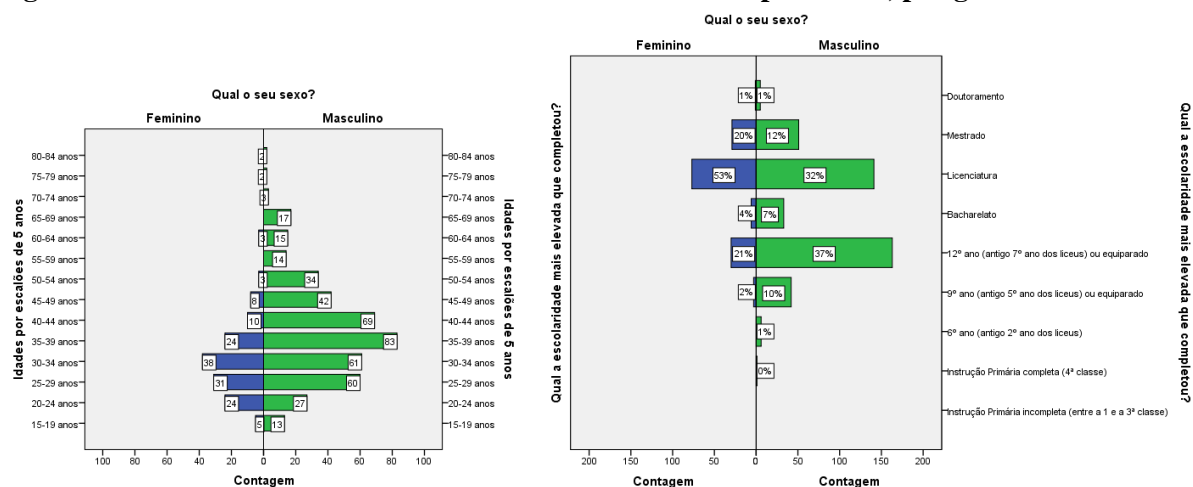
De uma forma geral, os dados supra descritos não revelam especial originalidade, mas afiguram-se compagináveis com os traços conhecidos da população em geral, abonando potencialmente em favor da qualidade da amostra.

### **Género e idade**

Uma estratificação sociodemográfica por variáveis-chave revela o predomínio do sexo masculino sobre o feminino com 443 contra 146 indivíduos, respectivamente, correspondentes no conjunto a uma média de idades de 37,72 e a uma mediada de 36 anos (ver Figura G.2). Esta clivagem

de género é tida por significativa.

**Figura G.2 - Pirâmides etária e níveis de escolaridade dos respondentes, por género**



### G.1.1 OS GPS SÃO BERBEQUINS... ELEMENTOS PARA UMA TENTATIVA DE COMPREENSÃO DA CLIVAGEM DE GÉNERO NA ADOÇÃO DAS TECNOLOGIAS DE LOCALIZAÇÃO

A existência de uma clivagem de género no uso dos dispositivos computacionais é conhecida, com uma propensão superior na adesão por parte dos homens em função de factores de socialização mais ou menos óbvios e dos modelos e expectativas normativos impostos desde tenra idade que na modernidade tendem a inserir a “tecnologia” na esfera do tipo-ideal “masculino” (Cockburn, 1992; Henwood, Plumeridge, & Stepulevage, 2000; Herzig, 2005; Hopkins, 2009; Romm-Livermore, 2012; Wajcman, 1991). Não obstante, no caso das tecnologias de localização, esta revelou ser bastante superior ao esperado.

Existindo pistas na literatura, mormente em Psicologia, que parcialmente pretendem explicar a maior atracção exercida sobre os homens para o uso de ferramentas de informação geoespacial, radicando-a numa alegadamente maior apetência destes em processar a informação espacial atribuída a questões evolutivas e ao maior nomadismo do homem face à mulher, tipicamente sedentária em função da assistência à prole, o rácio obtido na resposta de sensivelmente  $\frac{1}{4}$  de mulheres contra  $\frac{3}{4}$  de homens (ver Figura G.2) seria ainda assim surpreendente dadas as distintas condições da vida contemporânea.

É, no entanto, evidente que a clivagem de género é menor nos escalões etários mais baixos e na qualificação mais elevada (ver Figura G.2). Enquanto a mediana das idades das mulheres respondentes está nos 31 anos, a dos homens situa-se nos 38, ao mesmo tempo 73% das mulheres declaram licenciatura ou mestrado, contra 44% dos homens com iguais qualificações.

Outro factor explicativo pode parcialmente radicar na maior prudência das mulheres em se expor em linha (por exemplo, respondendo a um inquérito), atestada por homologia na resposta à questão “Quando alguém que não conhece lhe pede amizade numa rede social qual das seguintes atitudes se aproxima mais da sua reacção mais frequente?” (ver Quadro G.1) em que se constata que as mulheres tendem mais a ignorar os pedidos de desconhecidos.

**Quadro G.1 - Quando alguém que não conhece lhe pede amizade numa rede social qual das seguintes atitudes se aproxima mais da sua reacção mais frequente?**

	Feminino	Masculino
	%	%
Aceito incondicionalmente.	2,2%	3,4%
Aceito desde que a pessoa seja amiga de um conhecido meu.	20,4%	21,2%
Aceito caso verifique que a pessoa tem interesses semelhantes aos meus.	13,9%	29,1%
Ignoro o pedido.	56,9%	41,4%
Outra. P.f. descreva qual.	6,6%	4,9%

A compreensão desta acentuada diferença entre homens e mulheres na adopção das tecnologias de localização deve também ser entendida e correlacionada com a propensão para o coleccionismo (*cf.* p.232 e seg.s) – como oitava do consumismo, imediatamente presente no “mana” associado pelas mensagens veiculadas pelos Média à posse da tecnologia - e para a prática de jogos em grupo, atendendo a que as actividades em estudo constituem destas formas particulares. Esta correlação, acreditamos, é útil não só no nosso universo imediato como sobretudo porque, devidamente exploradas as suas implicações, enquanto *nuance*, nos fornece pistas para entender os mecanismos através dos quais as tecnologias da comunicação estão a ser incorporadas na vida social em geral.

Assim, sendo evidente que constituem um conjunto com interesses particulares dentro do respectivo género, constata-se, não obstante que das 83 mulheres que optaram por responder ao módulo opcional do nosso questionário sobre a ocupação dos tempos livres quatro (4,5%) de entre elas declara possuir como *hobby* o coleccionismo enquanto, entre os 203 homens, 29 (14,3%) faz idêntica asserção.

Estes valores são particularmente interessantes quando comparados por exemplo com o Inquérito à Sociedade da Informação, mais abrangente da população em geral, efectuado há um pouco mais de uma década, no qual para um total de cerca de 2450 respondentes, equitativamente repartidos por género, dos 339 que aí declaram praticar *hobbies* específicos apenas 8 declaram praticar o coleccionismo (0,3%), dos quais sete homens e apenas uma mulher. Igualmente dos 25 praticantes de “jogos sociais”, 24 eram aí do sexo masculino.

Dentro dos seus limites, os nossos dados apontam para uma prevalência substancialmente acima da população em geral da paralela prática do coleccionismo por parte dos praticantes de jogos incorporando a georreferência e para a necessidade de, tal a inflexão de algum do trabalho mais recente de Boltanski e Esquerre (2014, 2016), compreender a atracção desta não apenas enquanto parte da lógica de acumulação de pontos própria de qualquer jogo (Gazzard, 2011) e enquanto forma de consumo virtual dos lugares em que os registos das viagens empreendidas surgem como forma de colecção de presenças que permitem transcender os limites individuais e engrandecer o *Self/Ego* pela “auto-completude simbólica”, mas também, no regime de prosumo que se verá o geocaching admite, como reacção à indiferenciação e forma de enriquecimento (produção do valor) dos lugares. Como condição de produção de diferença que subsequentemente torna possível a sua organização sistemática e a sublimação do instinto conspícuo; forma de “animar” o mercado dos lugares asseverando a sua validade como elemento de distinção.

Não só obtemos com esta colação uma achega para fazer sentido da abissal clivagem de

género<sup>273</sup> – que se constata como um acumular de factores, com as mulheres a evidenciarem; 1) menor atracção pelo uso da tecnologia *per si*; 2) menor orientação para a acumulação de feitos/registos, estereotipadamente apercebida como instrumental, competitiva, agressiva e logo masculina; 3) menor interesse por jogos sociais em geral, fruto de um trabalho de socialização em que de preferência “no estado actual da divisão do trabalho entre os sexos (...) os rapazes são os recipientes privilegiados da acção pedagógica destinada a (...) encorajar a aquisição da disposição para entrar nos jogos sociais cujos prémios são uma ou outra das várias formas possíveis de dominação simbólica” (Bourdieu, 2000, p. 167), mormente honra, glória e celebridade; 4) menor disponibilidade de tempo (maior afectação às tarefas domésticas); 5) a par e passo com a incorporação da associação cultural que as faz temer seja andar sozinhas (*cf.*, acima. p.279), em particular em locais ermos ou à noite, seja a “expor-se” ao contacto com estranhos (em que a psicanálise porventura reconhecerá um peculiar resíduo *virginitifóbico*). Como, final e indirectamente, obtemos uma remissão para uma leitura da actividade levada a cabo em plataformas que não correspondem necessariamente a jogos, como por exemplo o TripAdvisor, como obedecendo à mesma lógica de individualismo possessivo que esteve durante o século passado na origem da ascensão de uma generalizada cultura de consumo e que, em termos de apropriação espacial, em função do anterior, revela exercer maior apelo sobre os homens.

## G.2 POSSE E USO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS

A posse de dispositivos móveis foi aferida num conjunto de perguntas das quais, por economia de espaço, seguidamente destacamos apenas alguns elementos tidos por significativos.

### G.2.1 TELEMÓVEIS

Apenas dois respondentes declaram não possuir correntemente nenhum telemóvel, invocando como razões para tal mudança de país e que “o *tablet* tem funções de telemóvel”, respectivamente.

76,7% possui apenas uma unidade e 22,8% detém mais do que um.

Em 87,9% dos casos (518 indivíduos) o telemóvel mais frequentemente usado é um *smartphone*, dominando entre estes o sistema operativo Android, com uma quota de 66,4%, seguido do Apple iOS, com 13,1% (Quadro G.2).

### G.2.2 TABLET(S) PRESENTES EM 61,6% DOS LARES

Saliente-se que à data da aplicação do questionário, Outubro de 2014, 46% dos respondentes declarava possuir um *tablet* para uso próprio e 44,4% que um ou mais destes dispositivos estavam disponíveis para outras pessoas do seu agregado.

Cruzando cumulativamente as duas variáveis conclui-se assim que a taxa de prevalência dos *tablets* nos lares amostrados era de 61,6% (363 casos). Dito de outra forma, existia pelo menos um *tablet* (e em média 1,7) em 61,6% dos agregados familiares dos respondentes, no que constitui uma taxa de

---

<sup>273</sup> Para um confronto histórico e teórico de perspectivas relativamente às questões de género associadas ao tema da viagem veja-se por ex. Rojek e Urry (1997, p. 16 e seg.s).



penetração significativa.

### Quadro G.2 - Posse de dispositivos de comunicação móveis

De quantos dos seguintes tipos de dispositivos de comunicação dispõe para seu uso pessoal? Adicionalmente, quantos mais estão disponíveis no seu agregado familiar?	Média	Mediana	Desvio padrão	N total	N válido	Soma
Telemóvel (pessoal)	1,32	1	1,14	589	588	775
Telemóvel (agregado)	2,28	2	1,63	589	550	1254
Tablet (pessoal)	,49	0	,80	589	582	288
Tablet (agregado)	,61	0	,87	589	540	328
eBook Reader (pessoal)	,04	0	,19	589	573	22
eBook Reader (agregado)	,04	0	,23	589	520	22
Computador Portátil (pessoal)	1,15	1	1,41	589	587	676
Computador Portátil (agregado)	1,42	1	1,45	589	542	770
Disp. Híbrido (pessoal)	,08	0	,30	589	570	48
Disp. Híbrido (agregado)	,09	0	,30	589	521	46
Rádio de Amador ou Banda do Cidadão (pessoal)	,62	0	2,23	589	577	360
Rádio de Amador ou Banda do Cidadão (agregado)	,18	0	1,00	589	525	95
Rádio tipo Walkie-Talkie (pessoal)	,53	0	1,12	589	575	305
Rádio tipo Walkie-Talkie (agregado)	,28	0	,81	589	520	145
Em sua casa, quantas pessoas habitam?	2,99	3	1,19	589	589	1761

Nota: simplifica-se na tabela o descritivo dos itens efectivamente apresentados para selecção.

### G.2.3 MAIS DE 4/5 JÁ JOGOU E A MAIORIA JÁ USOU QR CODES

Em matéria das utilizações dadas aos dispositivos móveis, incluindo, mas não exclusivamente *smartphones*, (Figura G.3) salienta-se que:

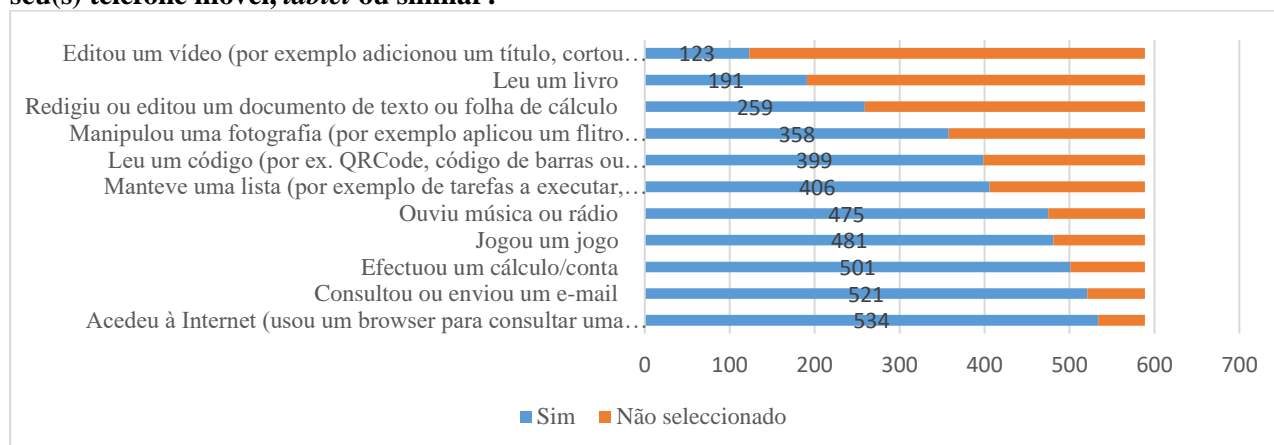
- Confirma-se que os jogos se encontram entre as aplicações mais experimentadas, por 81,7% dos respondentes
- A utilização para leitura e decodificação de códigos (QRCode ou similar) já foi efectuada por 67,7% dos respondentes
- Entre os usos menos populares contam-se a edição de um vídeo, restrita a 20,7% dos respondentes, e a leitura de e-books, declarada por 32,4%.

A prevalência no dobro da experiência de leitura de códigos sobre a de livros poderia surpreender um observador menos atento, menos pelo baixo valor dos livros do que pelo elevado valor do primeiro uso, um tipo de aplicação relativamente “avançado”.

Não obstante, trata-se de uma evidência que confirma a passibilidade do jogo em inadvertidamente potenciar a aquisição de competências que poderíamos qualificar de literacia tecnológica ou digital, sendo compreensível para o estrato particular em função da incorporação deste tipo de prática como forma de mascarar a informação na execução das geocaches.

De facto, a adopção dos códigos QR como forma de tornar a informação presente no ambiente sem de facto o estar é um legado da fatia de programadores, constatada no perfil de escolaridade, que desde cedo os introduziram no geocaching.

**Figura G.3 - Já alguma fez executou algumas das seguintes tarefas usando especificamente o(s) seu(s) telefone móvel, tablet ou similar?**



#### G.2.4 UTILIZADORES NÃO DECLARAM DIFICULDADE EM MIGRAR INFORMAÇÃO ENTRE DISPOSITIVOS

Considera-se inesperado que nenhum utilizador tenha declarado dificuldade em “passar as fotografias” do telemóvel para o computador.

Em retrospectiva tal indicia que a questão foi inoportunamente formulada na medida em que o mais provável é a generalidade dos utilizadores tão pouco adoptar esse procedimento, tendo tacitamente aderido à prática do armazenamento em nuvem, conforme proposto pelas configurações padrão e aplicações dos sistemas operativos; cada qual convidando ao armazenamento na respectiva plataforma. Com colação à temática da memória digital, teria sido mais producente questionar algo como “Mantém num disco rígido próprio uma cópia regular das fotografias capturadas no telemóvel?”

É, não obstante, significativo da agilidade proporcionada ao utilizador pela qualidade crescente da tecnologia que apenas 8 indivíduos se queixem da qualidade fotográfica obtida nos respectivos telefones móveis.

#### G.2.5 99% DOS RESPONDENTES DISPÕE DE DISPOSITIVOS DE ARMAZENAMENTO PORTÁTEIS

Constata-se que 98% dos respondentes possuem um ou mais dispositivos de armazenamento externo portátil. Um pouco mais de 80% possui de facto mesmo mais do que uma unidade destes.

#### Quadro G.3 - Posse de dispositivos portáteis de localização, entretenimento e armazenamento

Quantos dos seguintes dispositivos portáteis de entretenimento, armazenamento ou localização possui pessoalmente? Adicionalmente, quantos mais estão disponíveis no seu agregado familiar?	Média	Mediana	Desvio padrão	N total	N válido	Soma
GPS com navegação assistida (próprio)	,67	1	,79	589	574	385
GPS com navegação assistida (agregado)	,57	0	,83	589	523	298
GPS sem navegação assistida (próprio)	,49	0	,61	589	564	279
GPS sem navegação assistida (agregado)	,23	0	,56	589	507	118
Consola de jogos portátil (próprio)	,21	0	,52	589	542	116
Consola de jogos portátil (agregado)	,46	0	1,16	589	517	240
Leitor de multimédia portátil dedicado (próprio)	,61	1	,72	589	558	342
Leitor de multimédia portátil dedicado (agregado)	,85	1	,99	589	523	444
Armazenamento portátil (próprio)	3,41	3	2,58	589	583	1989
Armazenamento portátil (agregado)	3,40	3	3,30	589	532	1808
Em sua casa, quantas pessoas habitam?	2,99	3	1,19	589	589	1761

Nota: simplifica-se na tabela o descritivo dos itens efectivamente apresentados para selecção.

### G.2.6 60% UTILIZA A INTERNET MÓVEL DIARIAMENTE

Entre a metade dos respondentes que optaram por responder ao módulo sobre o “Uso da Internet em Geral”, 60% declaram aceder à Internet através do telemóvel uma ou mais vezes ao dia contra 8.9% daqueles que nunca o fazem.

#### Quadro G.4 - Frequência média de acesso à Internet via telemóvel,

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Uma ou mais vezes por dia	169	28,8	60,1	60,1
	Várias vezes por semana	49	8,4	17,4	77,6
	Uma vez por semana	20	3,4	7,1	84,7
	Entre 1 e 3 vezes por mês	10	1,7	3,6	88,3
	Menos de uma vez por mês	8	1,4	2,8	91,1
	Nunca	25	4,3	8,9	100,0
	Total	281	48,0	100,0	
Ausente	Sistema	305	52,0		
Total		586	100,0		

### G.2.7 TELEMÓVEL PALIA A SOLIDÃO

Aproximadamente a metade dos respondentes concorda que tende a usar mais o telemóvel em circunstâncias em que se encontra sozinho. Não obstante, como se verá, a propósito do FourSquare, as plataformas locativas, falham em ser reconhecidas como instrumento explícito de interpelação passível de proporcionar encontros.

#### Quadro G.5 – Concordância com “Tenho tendência para usar mais o telefone quando estou sozinho(a).”

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Concordo	133	22,7	48,4	48,4
	Não concordo nem discordo	79	13,5	28,7	77,1
	Discordo	63	10,8	22,9	100,0
	Total	275	46,9	100,0	
Ausente	Sistema	311	53,1		
Total		586	100,0		

## G.3 TIPOS DE DISPOSITIVO DE LOCALIZAÇÃO E PLATAFORMAS USADOS

### G.3.1.1 UTILIZAÇÃO EM DISPOSITIVOS FIXOS VERSUS MÓVEIS

As tecnologias de localização (formuladas como “tecnologias de GPS, localização e ou mapas”) são mais usadas por ordem decrescente: em dispositivos móveis (telemóvel, *tablet* ou similar, 91,3% dos respondentes e 537 casos), em computadores (*desk* ou *laptop*, 80,4%, 473 casos) e através de dispositivos GPS dedicados (75%, 445 casos).

A prevalência dos dispositivos móveis sobre os computadores implica que no cômputo geral a sua natureza aplicada (para resolver um problema e fazer uma consulta *ad hoc*) prevalece sobre a sua passibilidade de actuarem como instrumento de produção de informação. De uma forma geral os dispositivos móveis são instrumentos de recolha adequados, porém canhestros para o processamento da última.

As combinações dos tipos de dispositivos usados revelam que 59% (348 casos) já usou os três tipos, 15% (91 casos) usou num computador e num dispositivo móvel, 11% (64 casos) combinaram o uso num dispositivo móvel com um GPS dedicado, enquanto 3% (16 casos) combinou o computador com um GPS dedicado.

A subamostra de geocachers mostra-se comparativamente mais versátil (Figura G.4), enquanto a consideração da idade e do género pelos tipos de dispositivo usado (Quadro G.6) revela que tanto a utilização apenas em PC como apenas de GPS dedicados correspondem a um estrato etário substancialmente mais elevado e masculinizado.

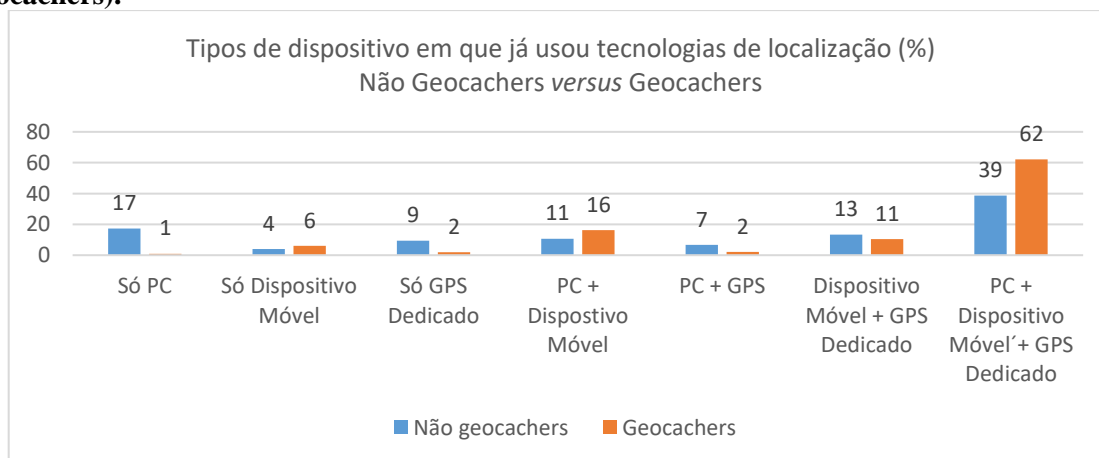
Em contrapartida a utilização apenas em dispositivo móvel corresponde a idades mais baixas, com maior proporção de mulheres. Verosimilmente aqueles que contactaram com as tecnologias de localização já na idade da sua convergência.

Quanto aos tipos de uso consoante a natureza fixa ou móvel do dispositivo (*cf. infra*, Quadro G.7 e Quadro G.8) é sobretudo notável a baixa proactividade em “Reportar erros, efectuar correcções ou adicionar elementos novos a um mapa”, algo experimentado regularmente por apenas 65 indivíduos (aprox. 9%), 44 dos quais o fazem através do computador 55 em dispositivo móvel (29 recorrem a ambos os meios).

Estes utilizadores activos caracterizam-se por ser predominantemente homens (95,4%), com níveis de qualificação repartidos em metades iguais entre o secundário completo ou inferior e um grau superior e por áreas entre a “Engenharia, Indústrias Transformadoras e Construção” e “Ciências, Matemática e Informática” (somadas correspondem a 47,7% dos casos). A sua mediana de idades situa-se nos 38 anos.

De uma forma geral, salienta-se ainda o desinteresse comparativo pela possibilidade seja de “Partilhar informação em tempo real sobre a minha localização” seja de “Conhecer a localização de outras pessoas para ir ao seu encontro.”, em contrapartida, não surpreendentemente, as opções de planeamento de itinerários e de antecipação da deslocação são as mais prevalentes.

**Figura G.4 - Variedade de dispositivos onde usou tecnologias de localização (geocachers *versus* não geocachers).**



**Quadro G.6 - Tipos de dispositivos onde usou tecnologias localitvas por idade e género**

		Qual a sua idade?	Qual o seu sexo?
		Média	Mediana
		Média	Média

Só PC	51,33	54	2,00
Só Dispositivo Móvel	33,38	31	1,59
Só GPS Dedicado	46,41	41	1,82
PC + Dispositivo Móvel	34,42	33	1,64
PC + GPS Dedicado	39,94	41	1,69
Dispositivo Móvel + GPS Dedicado	39,61	38	1,83
PC + Dispositivo Móvel + GPS Dedicado	37,43	36	1,77

Nota: A média do género atende a que 1=mulher e 2=homem.

### Quadro G.7 - Tipos de utilização da tecnologia de localização em acesso móvel

Em média, com que frequência utiliza dispositivos móveis (telefone, tablet, GPS automóvel...) para os seguintes fins?	Nunca	Esporadicamente	Mensalmente	Semanalmente	Diariamente (uma ou mais vezes por dia)	Média	Mediana	Desvio padrão	N válido
Partilhar informação em tempo real sobre a minha localização.	206	200	76	53	34	2,14	2	1,18	569
Procurar informação sobre um monumento, museu ou qualquer ponto de interesse turístico na proximidade, quando em deslocação.	63	250	153	83	23	2,57	2	1,00	572
Obter instruções de navegação para chegar até um dado local.	10	122	199	201	43	3,25	3	,93	575
Registar para uso próprio as coordenadas de um dado local ou percurso (e.g. para regressar lá mais tarde).	111	181	135	113	23	2,57	2	1,14	563
Registar para partilha pública informação georreferenciada sobre um determinado sítio (por ex. um restaurante, um museu, um trilho etc...)	240	189	76	44	11	1,92	2	1,03	560
Conhecer a localização de outras pessoas para ir ao seu encontro.	293	170	50	32	8	1,72	1	,95	553
Participar num jogo recorrendo a informação georreferenciada (e.g. Ingress).	158	95	104	130	65	2,73	3	1,40	552
Reportar erros, efectuar correcções ou adicionar elementos novos a um mapa.	373	124	26	21	3	1,46	1	,80	547

### Quadro G.8 – Tipos de utilização da tecnologia de localização em acesso fixo

Em média, com que frequência utiliza um computador de secretária para os seguintes incorporando localização?	Nunca	Esporadicamente (menos de uma vez por semana)	Mensalmente (entre uma e três vezes por mês)	Semanalmente (uma ou mais vezes por semana)	Diariamente (uma ou mais vezes por dia)	Média	Mediana	Desvio padrão	N válido
Consultar uma página num browser/navegador para encontrar o caminho até um local/ endereço (ex. Google Maps, Bing etc...).	12	94	127	151	75	3,40	3	1,07	459
Usar um software específico dedicado (por ex. Google Earth...) para me inteirar de uma zona, eventualmente antes de me deslocar a ela.	31	115	147	121	43	3,07	3	1,08	457
Obter para uso próprio as coordenadas geográficas (latitude e longitude) de um dado local, trilho ou percurso.	43	124	123	119	46	3,00	3	1,15	455
Registar para partilha pública informação georreferenciada (latitude e longitude) sobre um determinado sítio ou percurso (por ex. um restaurante, um museu, um trilho etc...)	151	168	60	52	14	2,12	2	1,10	445
Escrever uma apreciação/comentário/review sobre um dado local.	157	164	61	42	19	2,10	2	1,12	443
Planear a participação num jogo recorrendo a informação georreferenciada (e.g. Geocaching...).	67	65	96	131	86	3,23	3	1,33	445
Procurar informação sobre um monumento ou outro ponto de interesse turístico preparando uma deslocação.	30	163	137	100	18	2,81	3	,99	448
Atribuir coordenadas geográficas a uma fotografia previamente capturada (geotagging)	221	117	50	31	14	1,85	1	1,09	433
Pesquisar fotografias retiradas por outros filtradas para uma dada zona específica (por ex. usando o Panoramio, Flickr, Picasa...)	213	135	53	24	14	1,84	2	1,04	439
Reportar erros, efectuar correcções ou adicionar elementos novos a um mapa.	267	123	27	12	5	1,54	1	,82	434

#### G.3.1.2 PLATAFORMAS E APLICAÇÕES DE LOCALIZAÇÃO USADOS

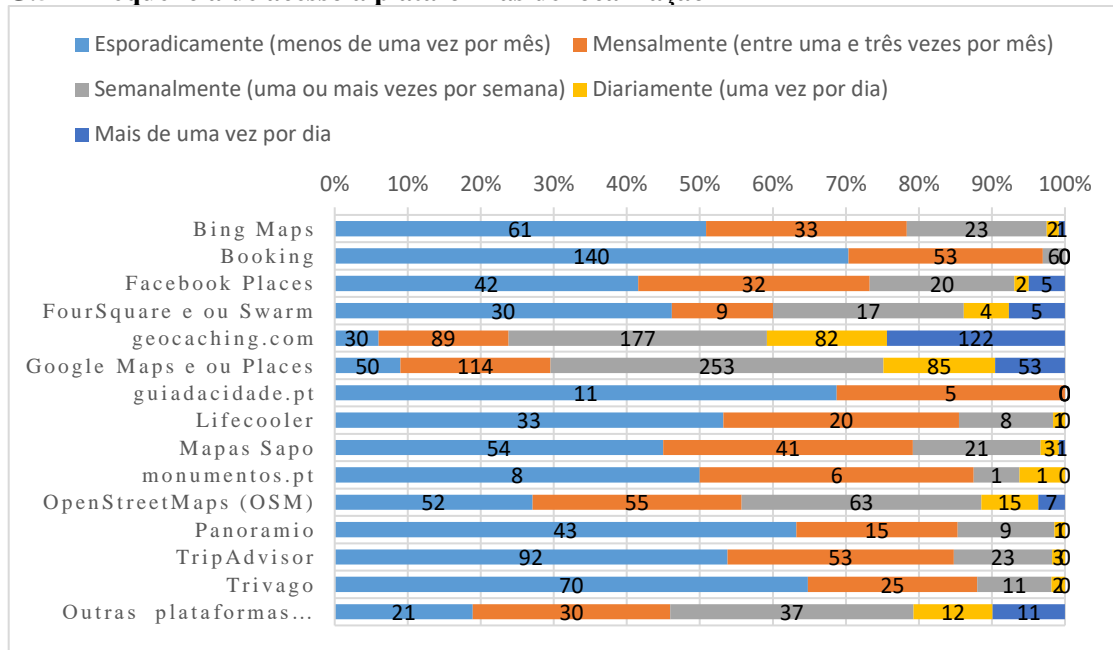
A observação dos sítios e plataformas de redes sociais usados, seja generalista, seja dos que especificamente tiram partido da localização (Figura G.5) indicia a crescente irrelevância da Internet nacional.

Pela banda dos primeiros pontifica destacado o Facebook, usado por 88,6% (519) dos

respondentes, com 85% dos que declaram a frequência a admitirem que o fazem uma ou mais vezes ao dia. Já no tocante aos segundos o destaque vai para o Google Maps, igualmente usado com uma frequência de uma ou mais vezes ao dia por 85,3%.

Em matéria de fontes de informação geográfica, sucedem-se os OpenStreetMaps (197 casos), surgindo os Mapas Sapo (125 utilizadores) a par dos Bing Maps (123 casos).

**Figura G.5 – Frequência de acesso a plataformas de localização**



Já no que toca a plataformas de localização sob a forma de directório de serviços, pontificam o Booking.com (34,5%), o TripAdvisor (30,9%) e o Trivago (18,9%), surgindo os sítios nacionais bastante distantes, encabeçados pelo LifeCooler (usado por 10,9% dos respondentes, 64 casos) reunido os demais valores residuais, como o monumentos.pt ou o guidacidade, visitados por apenas 2,9%.

### G.3.1.3 PERCEÇÃO DOS EFEITOS DAS TECNOLOGIAS DE LOCALIZAÇÃO

Como ferramentas cognitivas (Jonassen, 2003, 2007), as tecnologias localivas constituem à partida instrumentos duais: formas de **memória protésica** (Dijck, 2007, p. 23; Garde-Hansen, 2011; Garde-Hansen, Hoskins, & Reading, 2009, p. 11; Landsberg, 2004) - “próteses de memória” que permitem por exemplo guardar activamente *tracks* de trilhos, gerando representações visuais que permitem compor mapas mentais mais precisos e em que mais do que o “quando” o “onde” é um candidato óbvio para um sistema de organização das memórias digitais<sup>274</sup> - mas também de **memória transitiva** - em que mais do que os “factos” os indivíduos recordam os processos e os locais a partir dos quais a informação pode ser acedida (Sparrow, Liu, & Wegner, 2011), quando por exemplo permitem aceder seja a repositórios de informação pré-programada, por exemplo bases de dados de *waypoints*, gerados por “especialistas”, mas também crescentemente gerados pelos pares, caso do geocaching e do

<sup>274</sup> Para esse efeito ao tentarmos recuperar detalhes de forma a refrescar a lembrança de algo, é mais comum recordarmo-nos do local onde um dado evento aconteceu do que a precisa data em que ele ocorre. Nesta medida, Turner, Turner & Davenport (2009, p. 183), por exemplo, sugere que a localização constitui a interface preferencial entre memória humana e tecnologia, propondo para tal uma *framework* adequada.

waymarking.com que noutra parte posicionamos como “inventário informal do espectro possível das oportunidades de recreio” (cf. p. CXIV).

Em contrapartida, estudos experimentais relativos à utilização das tecnologias de localização, em especial para fins de navegação (Bakdash, Linkenauer, & Proffitt, 2008; Fenech, Drews, & Bakdash, 2010), indiciam que o seu emprego efectivamente pode reduzir a percepção, o conhecimento e a memória do espaço físico, uma vez que as interfaces desviam a atenção do meio. Efeito especialmente forte no condutor, mas curiosamente mais fraco nos que ao seu lado seguem (os “penduras”). O primeiro tende a não reter os cenários e se for suficientemente absorto é mesmo provável que caso volte a passar pelos menos locais, sem GPS, os não reconheça.

Neste particular, o entendimento dos nossos respondentes é optimista. Levados a manifestar a sua concordância com uma dúzia de afirmações relativas à sua percepção dos efeitos das tecnologias de localização, eles mostram uma atitude predominantemente favorável em que manifestam maior discordância face à possibilidade de estas “os confundirem ou lhes causarem stress” bem como à possibilidade de estas constituírem “uma cábula os me impede de memorizar as localizações e os caminhos”.

Em contrapartida manifestam-se predominantemente de acordo com o seu potencial para a descoberta, em os levar a locais onde não iriam de outra forma (certamente efeito de serem, predominantemente geocachers), em lhes proporcionar um sentimento de segurança e de uma forma geral em melhorarem o seu conhecimento da geografia e do espaço.

Concomitantemente, 53,6% dos respondentes concorda que a Internet lhes proporciona uma forma de viagem virtual (Quadro G.10) pelo que de uma forma geral se pode afirmar que através da possibilidade antecipação das deslocações as tecnologias locativas são instrumentos de controlo que conferem ao individuo um sentido de domínio sobre a geografia. Mobilizadas na etapa de planeamento, prévia ao movimento, actuam como válvula de escape da ansiedade, permitindo antecipar o desconhecido, introduzindo-o numa dinâmica de descoberta em que surge como elemento convidativo.

**Quadro G.9 - Percepção dos efeitos das tecnologias de localização**

	Discordo Totalmente	Discordo Parcialmente	Não concordo nem	Concordo Parcialmente	Concordo Totalmente	Média	Mediana	Desvio padrão	N válido
	Contagem	Contagem	discordo	Contagem	Contagem				
Com base na sua experiência diga em que medida concorda ou discorda com as seguintes afirmações relativamente às tecnologias de geolocalização.									
Levam-me a <b>reflectir sobre e a fazer um balanço</b> das minhas deslocações e dos locais que visito.	54	45	158	192	101	3,44	4	1,17	550
Permitem-me fazer uma <b>escolha mais criteriosa</b> dos locais onde me desloco.	18	20	79	216	226	4,09	4	,99	559
<b>Melhoram o meu conhecimento da geografia</b> e do espaço.	16	16	60	200	269	4,23	4	,95	561
Complementam, mas <b>não dispensam o uso de ferramentas mais tradicionais</b> (como mapas e guias de viagem impressos).	60	132	97	169	106	3,23	3	1,29	564
Fazem-me <b>sentir mais seguro</b> quando visito pela primeira vez um local.	15	22	81	215	225	4,10	4	,97	558
A sua manipulação por vezes <b>confunde-me ou causa-me stress</b> .	207	141	99	84	22	2,23	2	1,21	553
<b>Reduzem o prazer da descoberta e do inesperado</b> .	194	163	96	82	24	2,25	2	1,20	559
Acabam por <b>ser uma cábula</b> que me impede de memorizar as localizações e os	157	120	97	124	57	2,65	3	1,36	555

caminhos.									
Facilitam a organização e ou recuperação subsequente das minhas <b>memórias</b> (notas, fotos...)	34	25	123	201	168	3,81	4	1,11	551
Às vezes <b>induzem-me em erro</b> e fazem-me perder tempo.	83	146	109	174	52	2,94	3	1,23	564
Levam-me a <b>descartar a hipótese de me deslocar a certos locais</b> dando-me informação sobre a sua falta de interesse.	100	92	159	157	47	2,93	3	1,23	555
Permitem-me <b>descobrir locais</b> onde provavelmente não iria de outra forma.	10	12	30	124	385	4,54	5	,84	561

**Quadro G.10 – Concordância com a afirmação “A Internet permite-me viajar sem sair de casa.”**

		Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Concordo	149	25,4	53,6	53,6
	Não concordo nem discordo	84	14,3	30,2	83,8
	Discordo	45	7,7	16,2	100,0
	Total	278	47,4	100,0	
Ausente	Sistema	308	52,6		
Total		586	100,0		

## G.4 RAZÕES PARA A ADOÇÃO E UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS E PLATAFORMAS LOCATIVAS

O estudo da adopção da inovação, culminando no modelo teórico de Rogers (1983), inicialmente avançado em 1962 e cuja 5ª e última edição data de 2003, um ano antes do falecimento do autor, é um domínio que tem conhecido moderada evolução (Khosrow-Pour, 2008, p. 2051). De facto, o próprio eminentemente recolhe e burila, empreendendo um trabalho de sistematização pela decomposição em variáveis e generalizações/hipóteses, um conjunto de orientações em primeira mão afloradas por Tarde (1890), incluindo o conceito de “adoptantes” e a notável curva de Bell, subsequentemente trabalhados no âmbito da Sociologia Rural, aplicado aos processos de cultivo e em matéria de tecnologias de comunicação nos estudos de radioamadorismo, nas décadas de 40 e 30, respectivamente, do século passado (Borgatta & Montgomery, 2000, p. 677 e seg.s).

Nesta medida, também não seria expectável, no plano da adopção das tecnologias da localização, operar grande aqui grande “inovação”. O interesse reside sobretudo em confirmar se esta se apresenta conforme os modelos conhecidos e se, dentro destes, algum aspecto particular se salienta.

Para tal efeito operaremos dois exercícios: em primeiro lugar compararemos a estória da primeira geocache colocada em Portugal conforme narrada pela boca do respectivo protagonista com as generalizações quanto às variáveis pessoais e de comunicação propostas por Rogers para os *inovadores* e *primeiros adoptantes*; em segundo lugar debruçar-nos-emos sobre as cerca de quatro centenas e meia de respostas manuscritas em resposta à específica questão no nosso inquérito aos utilizadores do Google Maps, TripAdvisor e ou FourSquare sobre as circunstâncias que rodearam a adopção inicial destes, enquadrando-as na Teoria dos Usos e Gratificações em geral e no desenvolvimento desta elaborado por Katz e Aakhus (2002b, p. 301 e seg.s) através da sua tese do *Apparatgeist*.

### G.4.1 GEOCACHING E ADOÇÃO DA INOVAÇÃO

As circunstâncias de colocação da primeiríssima geocache colocada em Portugal são sintomáticas da adopção do “novo” na perspectiva dos primeiros adoptantes. Ao mesmo tempo, debruçarmo-nos sobre ela será também útil para recolher elementos que ulteriormente nos auxiliem a



compreensão de como um dos traços fundamentais da comunicação digital, inclusive como forma económica, mas desde logo igualmente no domínio do jogo, continua perfeitamente sujeitos às mais básicas leis da economia: a relação inversa entre oferta e procura e entre proximidade e distância, respectivamente, como elementos formuladores do valor. Assim, conquanto tenhamos anteriormente sugerido que em matéria de produtos culturais epifenómenos com o P2P subvertem potencialmente a lógica de formação do preço, a verdade é que o valor de uso não só continua sujeito a utilidade marginal decrescente como o processo de adopção do geocaching revela que à medida que a maturidade se atinge, e o respectivo “mercado” é tomado pelo excesso de oferta, tornando-se a respectiva malha mais densa e os seus nodos mais próximos, se reduz brutalmente a natureza do seu valor com um duplo efeito: por um lado os consumidores tornam-se mais exigentes e se uma cache outrora colocada de forma mais ou menos improvisada num local anódino gerava ainda assim grande apetência, simplesmente porque não havia alternativa, progressivamente os consumidores tornaram-se mais reivindicativos; por outro, o excesso de oferta obriga ao desenvolvimento de mecanismos que mormente na lógica do *peer review* permitam mecanismos de filtragem (listas de favoritos, caches de acesso reservado a membros pagantes mas também sistemas desenvolvidos pela “comunidade” salientando “logs de qualidade”, com ou sem fotografia, “prémios” anuais às melhores caches etc...) que lhes facilitem navegar por entre sem soçobrar à hiperabundância. Os que de tal se revelam incapazes – por hábito e perfil, tipicamente os *early adopters*, têm muito maior probabilidade de abandonar o *hobby*. Como é sabido, de um ponto de vista da “saciedade”, seja da “satisfação”, associadas por Bourdieu à prática dos estilos de vida como estratégia passível de lograr “distinção”, opondo aquilo que é “raro” aquilo “vulgar”, mais nem sempre é melhor.

As características pessoais que diferenciam os *innovators* dos *early* e dos *late adopters*, consoante descritas por Rogers, permitem ainda compreender o debate por vezes nostálgico da massificação *versus* “os bons velhos tempos” como derivando da lógica de adopção do novo a partir da conjugação das características da própria tecnologia, dos canais de comunicação, do tempo e notavelmente do sistema social em que se inserem.

Na ausência de um grupo de referência, os inovadores não actuam por endosso nem dispõem de um quadro normativo de referência, logo a curiosidade e a capacidade de retirar satisfação por si próprio e para si próprio são determinantes. São indivíduos a quem a tecnologia motiva enquanto tal, com sentidos de auto-imagem e auto-competência – se se quiser de “auto-eficácia”, para empregar um conceito que conhece moeda corrente em Psicologia (Bandura, 1997) – elevados.

Subsequentemente, para os primeiros adoptantes, a dimensão relacional e a afiliação grupal aumentam progressivamente o seu peso. Não obstante, a extensão do sistema social não é ainda suficiente para permitir a emergência de um quadro normativo definitivo. Gera-se, no caso da incorporação das tecnologias de localização no lazer, que o geocaching exemplifica, um conflito de valores pessoais tendentes a definir os padrões de comportamento aceitáveis na adopção por parte da maioria inicial e *à la longue* pelos demais retardatários.

Quando, finalmente, a adopção da inovação se generaliza, a maioria tardia confronta-se com um

cenário inteiramente distinto dos inovadores. Os precedentes abundam, contando já com algum tempo, provavelmente a tecnologia evoluiu, tornou-se mais barata e melhorou a sua usabilidade, exigindo níveis de *geekness* inferiores. Ao mesmo ela começa a ser exposta e divulgada nos meios de comunicação social, passando a ser descoberta mesmo pelos menos atentos. No caso do geocaching foi o caso das primeiras reportagens nos jornais e sobretudo em televisão, no *prime time* dos telejornais, que constituem o referencial para a geração subsequente ao *momentum*, atingido com o início da década de 2010, consoante exemplificado pelas declarações:

Na altura, a exportação de caches para um GPS da Garmin era feita via porta de série, tornando-se muito complexo listar os ficheiros, para além do carregamento dos ficheiros ser feito de forma muito arcaica, e o GPS apenas suportar um número muito limitado de pontos. Isto obrigava-me a pré-seleccionar os pontos que queria ter carregados antes de ir à procura... Hoje em dia é diferente... Ligamos o iPhone, estamos na Internet, registamos e está feito. (RR, GM 1)

Adoro as novas tecnologias, ainda por cima porque acho que vieram para nos facilitar a vida, fazem-nos passar várias etapas e chegarmos mais rapidamente onde queremos. Gosto de ler sobre novos *gadgets* e de estar sempre *update*. Mas, principalmente gosto de aprender e de saber coisas novas. (TS, GM 9)

A coisa foi muito simples. A minha mãe viu a reportagem na SIC em que entraram o SUP3rFM e a família. (FN, GM 3)

O nosso primeiro contacto com o geocaching foi através de uma reportagem transmitida em 2006, pelo canal SIC. Nessa reportagem apareceu um casal de geocachers com os filhos e andavam à procura de uns tesouros. Essa reportagem aguçou a minha curiosidade e no dia seguinte fui para a internet procurar informação sobre geocaching. (PS, GM 10)

Nascemos para o geocaching na fornada dos que viram uma certa reportagem jornalística do Jornal de Notícias, no início de 2010, sobre este magnífico passatempo e que decorreu na Serra da Lousã. Entretanto, acabámos por ficar a conhecer e criar amizade com alguns dos entrevistados que fizeram parte dessa investida “geocachiana”. (VC, GM 11)

Em 2007, numa viagem de carro, ouvi um programa na TSF- “mais cedo ou mais tarde vai ser notícia” - onde era apresentado o geocaching, como uma actividade de aventura ao ar livre. Chegado a casa, partilhei com as minhas meninas, esposa e filha, (o miúdo ainda era muito pequeno). E, entusiasmado, fui pesquisar a dita actividade na internet... (TJ, GM18)

Uma análise dos relatos dos protagonistas do geocaching ao longo dos seus 16 anos de existência revela este mesmíssimo cenário: para os primeiros adoptantes, o GPS era um objecto manifestamente caro e raro e ao mesmo tempo canhestro, dando-se conta de como a memória e as interfaces de comunicação por porta de série exigem grandes doses de trabalho. Subsequentemente, a computação móvel, o *bluetooth* e finalmente a incorporação padrão nos próprios *smartphones* facilitaram em muito o processo, permitindo a programação de interfaces de uso facilitado e passando a oferecer um objecto que outrora custava substancialmente mais do que qualquer telefone incluído no preço do último.

No plano da afirmação pessoal assiste-se assim a uma considerável evolução. Se para os primeiros adoptantes a posse do próprio objecto e a demonstração de competência no seu domínio eram motivo de satisfação e afirmação (*cf.* declarações *infra*), para os últimos a chegar esta possibilidade apresenta-se completamente elidida. A perda do sentido de “exclusividade” na adopção e uso da tecnologia altera os marcadores de estatuto passíveis de lhe estar associados. A possibilidade de ser a própria a conferi-lo soçobra e progressivamente relapsa-se em formas mais convencionais, de entre as quais notavelmente, a afluência económica, a recuperação do valor do “ser-se viajado” e do ideal cosmopolita do turismo internacional.

Munidos do GPSr do Bruno (era o único de nós que tinha tal aparelhómetro, raríssimo e caro na altura), o Magallean Meridian amarelinho (e com o qual fiz as minhas primeiras caches) e de cartas militares em papel da região(...) devo assumir que com a chegada de um *smartphone* às minhas mãos há dois anos tornei-

me mais “preguiçoso”, ou seja, com aplicações como o c:geo passou a ser mais “fácil” fazer geocaching sem necessidade de “lamber” os *listings* das caches que queria fazer antes de sair de casa, agora posso fazê-lo no local, e muitas vezes acabo por não ver tudo com a devida atenção. (CC, GM 14)

Na falta de Google Earth, o estudo da abordagem a determinada cache de terreno elevado era muitas vezes feito através das cartas militares porque senão corria-se o risco de dar muitas voltas sem chegar a lado algum. E a descoberta do trilho ou melhor acesso a uma cache era muitas vezes aquela motivação extra, o que hoje acabamos por chamar o factor “aventura”. (SP, GM 12)

O meu velhinho Vista CX foi um investimento muito grande: 322€ novo, nunca mais me esqueci do número.... Foi a minha máquina durante 4 anos. Durante os meus 3 meses de formação, claro que uma das pesquisas que fiz foi sobre um modelo de GPS. Encontrei um site que descrevia todas as características que um GPS podia ter e como poderiam ser usadas no Geocaching. Seleccionei as que me interessavam e depois escolhi o modelo. Na altura tinha acabado de sair os HCx com receptores de alta sensibilidade, mas custavam cerca de 450€, por isso fiquei-me pelo modelo anterior (FN, GM 3)

Na mesma senda as práticas tendem a incorporar mimeticamente mecanismos de diferenciação de práticas congêneres. É assim que, por exemplo, no geocaching, contra a “ética” marialva de afirmação pela capacidade em lograr os objectivos usando as “mãos nuas” dos primeiros adoptantes, se afirmou crescentemente o cruzamento com o desporto radical e com caches inacessíveis sem equipamento especializado, edificando uma diferenciação pela posse e competência no manuseio deste último.

A adopção da inovação, por conseguinte, não é um processo uniforme, ela requiere e atrai nas suas diversas etapas temporais indivíduos com distintos perfis e motivações.

No caso, sucede assim que em Portugal o primeiro adoptante, autocaracterizado como tendo um perfil “experimentador”, trabalhava em informática no LNEC, tendo descoberto o geocaching quando procurava utilidade para o GPS que lhe tinha sido oferecido pela esposa no Natal – exercício que de resto pudemos em diversos relatos constatar ser uma experiência comum.

Do seu relato (Gomes, 2013), consideram-se reveladores dois pormenores: por um lado que, na ausência de valores ou de precedentes, a primeira geocache (na altura um *landmark*) foi colocada segundo um critério trivial: celebrando simplesmente um velho carro abandonado no parque de estacionamento, sobre a janela do respectivo gabinete. E que se tornara para ele alvo de aborrecimento, na medida em que ocupava um lugar de estacionamento que lhe fazia falta.

Como segundo facto significativo, considera-se que tal não impediu que tal cache viesse a adquirir um estatuto fundacional mitológico e como tal tenha vindo a ser extremamente valorizada, mesmo que tenha acabado pouco depois, granjeando um estatuto que se manteve a ponto de 11 anos depois o owner ainda ser alvo de reverência.

Assim, em 2001, o geocaching como tal tinha acabado de ser inventando e em Portugal era um perfeito desconhecido. Nesta medida, na ausência de parceiros, a componente social do jogo era uma impossibilidade. A motivação dos primeiros adoptantes teve muito pouco de relacional, as necessidades que ela serviu na sua mente foram, no quadro teórico da TUG duas: uma cognitiva, no domínio da aquisição de competência e outra de alívio da tensão, como *private joke* e desabafo confessional.

Generalizações identificadas por Rogers (1983, pp. 158-159) e respectiva correspondência na experiência do primeiro adoptante do geocaching português:  
Generalização 7-16: Os primeiros adoptantes têm uma **atitude em relação à mudança mais favorável** do que os adoptantes tardios.

Fiquei bastante orgulhoso de ter feito algo antes de qualquer outro português. Tem sido hábito nos

últimos anos em diversos sites/actividades.

Generalização 7-17: Os primeiros adoptantes são **mais capazes de lidar com a incerteza e o risco** do que os adoptantes tardios.

O facto de outros jogadores a nível nacional não estarem registados não era nada importante... Se procurei a ver se existiam outras caches, é provável que sim, mas dada a disponibilidade de equipamento GPS na altura ser tão pequena, não me pareceu ser significativa a sua inexistência.

Nem fazia bem ideia do que estava a fazer. Estava apenas a registar um ponto. De algo que, naquele dia, àquela hora, parecia importante.

Generalização 7-18: Os primeiros adoptantes têm uma **atitude mais favorável em relação à educação** do que os adoptantes tardios.

O objectivo do registo era mais para perceber como o sistema funcionava. Sendo informático e curioso por natureza, este tipo de coisas mexe comigo e preciso de experimentar para compreender melhor. Faz parte do processo de aprendizagem que tomo, desde muito novo, como autodidacta.

Generalização 7-20: Os primeiros adoptantes são **menos fatalistas** do que os adoptantes tardios.

Em 2001, no *boom* da Internet, estando envolvido em dois empregos e num processo de troca de casa atribulado, a vida corria algo confusa. Em 2013, a experiência e os cabelos brancos já permitem outro tipo de abordagem aos problemas.

Generalização 7-21: Os primeiros adoptantes têm **níveis de realização e motivação mais elevados** que os adoptantes tardios.

Defino-me como alguém que gosta de experimentar e interligar ideias.

Generalização 7-22: Os primeiros adoptantes **têm aspirações mais elevadas (para a educação, ocupação e assim sucessivamente)** do que os adoptantes tardios.

Desde cedo que ficou clara uma aptidão natural para a informática. Assim, tudo o que envolve informática com outras tecnologias é algo que tenho grande interesse em explorar.

Generalização 7-29: Os primeiros adoptantes **procuram informação sobre inovações mais activamente** do que os adoptantes tardios

Estava a explorar a web à procura de alguma utilidade para o GPS que a minha mulher me tinha oferecido uns meses antes, no Natal. Encontrei o site geocaching.com e fiquei fascinado com a ideia das “caças ao tesouro” usando esta tecnologia fantástica. Uma excelente justificação para usar mais vezes o GPS.

O registo foi feito, compreendi como o sistema funcionava e segui na minha vida, procurando outras coisas para explorar.

Generalização 7-30: Os primeiros adoptantes **têm mais conhecimento das inovações do que os adoptantes tardios.**

Trabalho no campus do LNEC desde 1997.

#### **G.4.2 O QUE VEM PRIMEIRO: A NECESSIDADE DA TECNOLOGIA OU A PERCEPÇÃO DA SUA EXISTÊNCIA?**

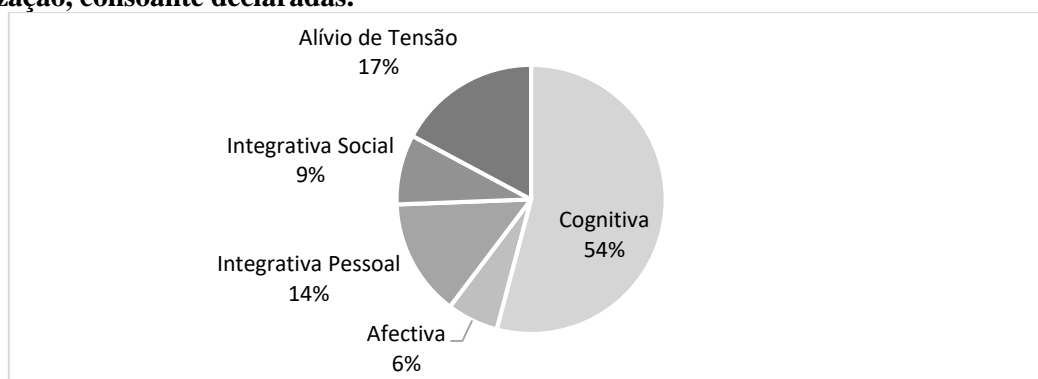
A discussão do determinismo tecnológico, correspondente ao proverbial dilema do ovo e da galinha, pode ser formulada como: **o que é que vem primeiro, a necessidade da tecnologia ou a percepção da sua existência?** (Rogers, 1983, p. 164) Isto é, as pessoas procuram eminentemente a tecnologia porque desejam colmatar uma lacuna ou pelo contrário, é a disponibilidade da tecnologia que as leva a desenvolver usos para ela?

Tendo esta dúvida em vista, colocámos aos respondentes do nosso questionário uma questão de redacção/resposta aberta dirigida aos que especificamente declaram usar uma ou mais das plataformas Google Maps, FourSquare e TripAdvisor, convidando-os a recordar e a descrever como e porque iniciaram o respectivo uso.

Tendo obtido 461 respostas, procedemos subsequentemente à sua codificação. Numa primeira etapa de forma livre, caso a caso, tendo chegado a 705 excertos de texto repartidos em 45 categorias de códigos de motivos, necessidades e demais comentários livremente redigidos como associados ao início da utilização das plataformas de localização. Numa segunda fase enquadrámos os códigos nas cinco grandes categorias-tipos de necessidade gratificadas no tocando às razões para a adopção dos média segundo Katz, Haas & Gurevitch (1973).

O resultado revela uma orientação maioritariamente cognitiva, motivada pela busca da informação (em 47% dos casos para efeitos de localização e navegação e em 8% dos casos em função de necessidade imposta pela profissão), seguida pelo “alívio de tensão” (em que discutivelmente optámos por incluir os 18% de indivíduos que começaram a usar as ditas plataformas de localização como forma de apoio ao geocaching, privilegiando este como jogo e diversão, seguidos do apoio a actividades como a caminhada e o BTT, 13 casos e 3% dos respondentes) e pela necessidade integrativa-pessoal (aumento da confiança, credibilidade e estatuto, incluindo a simples curiosidade, 11% dos casos, a antecipação de uma zona, 5% dos casos, o registo dos locais visitados para memória futura etc...). Nos dois últimos lugares, surgem os motivos agrupados como necessidade integrativa social (incrementar as conexões com a família e amigos), 9% e a função “Afectiva” (procura de experiência estética ou emocional em que numa interpretação abrangente incluímos a recuperação de locais conhecidos e a visualização de fotos aéreas como prossecução de memórias afectivas) num total de 6%.

**Figura G.6 - Peso relativo das necessidades gratificadas na adopção das plataformas de localização, consoante declaradas.**



Alguns excertos particulares, a título de ilustração:

“curiosidade sobre locais na qual ia ou gostava de ir.”

“Para ver funcionalidade da aplicação.”

“Conheci o Google Maps por publicidade no site google.com e comecei a usar por curiosidade.”

“Inicialmente por curiosidade em ver locais de outra forma inatingíveis. Uma forma de viajar sentado. Depois como ferramenta para conseguir chegar a determinado destino.”

“para marcar postos em raids de escuteiros”

“No âmbito da minha profissão, sou arqueóloga.”

“Para executar o cadastro de prédios rústicos familiares”

“Por razões profissionais. Sou Motorista.”

“primeiro como substituto dos mapas de estradas”

“Simplesmente por ser uma alternativa aos mapas em papel, com mais informação”

“para *printar* os mapas dos locais que visitava”

Face à questão inicialmente colocada, favorece-se, como conclusão, no geral, um determinismo *soft*. Completa a sua implementação, prevalece na redacção que para a maioria da população dos utilizadores das plataformas de localização a percepção da existência da tecnologia, constatada pela sua posse tácita, quando esta os rodeia sem necessidade de que a procurem, pré-existe as necessidades. A jusante dos *early adopters*, são as segundas a eminentemente se ajustarem às primeiras.

#### G.4.3 USOS DADOS AO FOURSQUARE

Em tese as redes sociais baseadas na localização propõem a possibilidade de os utilizadores poderem mapear as suas relações e amizades, saberem da sua presença em dado lugar e em função potenciaram a coordenação e os encontros.

Para aferir até que ponto tal corresponde à realidade, entre as questões colocadas no questionário inclui-se uma específica para os respondentes que se verificou serem concomitante e acidentalmente utilizadores do FourSquare, à qual responderam 67 indivíduos. Confrontou-os com a sua concordância relativamente a 18 tipos de uso desta plataforma, formulados tendo como precedente Lindqvist, Cranshaw, Wiese, *et al.* (2011), sobre cinco domínios de incidência:

- **Ludificação.** Importância dada a *badges* e ao divertimento.
- **Sociabilidade.** Conexão social, seja a passibilidade de uso conjunto e por referência ao círculo de relações.
- **Exploração.** Orientação para a descoberta de locais.
- **Memorização.** Utilização como forma de registo de locais.
- **Individualidade.** Fornecimento de uma âncora motivacional para a deslocação a sós.

A subamostra de utilizadores do FourSquare provou ser demasiado diminuta para poder ser conclusiva. Na medida em que a maioria dos respondentes (39 casos) recaem na categoria dos utilizadores episódicos, as suas respostas traduzem ainda uma perspectiva distanciada, manifestando de uma forma geral indiferença pela ferramenta, pelo que numa segundo passo se tornou necessário segmentar os resultados em dois grupos (ver Quadro G.11): **utilizadores esporádicos** (39 casos, aqueles que usam o FourSquare em média menos de uma vez por semana) e **utilizadores regulares** (26 casos, aqueles que declaram usar o FourSquare pelo menos uma vez por semana ou mais), deixando neste caso de fora os dois utilizadores que omitiram a resposta à frequência de uso. As diferenças são expressivas e permitem apesar de tudo retirar algumas conclusões.

Em primeiro lugar, a análise dos resultados desmente que a **conexão social** (sociabilidade) seja a função mais apelativa. A possibilidade de poder usar os *check-ins* como demonstração de presença passível de atrair amigos e proporcionar instantes de convívio é secundária, surgindo como penúltima

razão em termos de peso<sup>275</sup>.

Apesar de se mostrarem mais concordantes quanto a estarem atentos aos *check-ins* de outras pessoas (média de concordância de 3,31 para os utilizadores frequentes e de 2,69 para os utilizadores esporádicos) é maior a discordância quanto à possibilidade de o FourSquare ajudar a manter o contacto os amigos (1,95 para os esporádicos e 2,77 para os regulares), de poder ser usado como indicador de disponibilidade para socializar (2,03 para os esporádicos e 2,54 para os regulares) e de constituir uma forma de coordenação (2,21 para os esporádicos e 2,23 para os regulares).

Se o acto de declaração de *check-in* não parece ser percebido com um pedaço de informação suficiente para espoletar uma “reunião” espontânea (seja, não é *per si* vista como “convite”), em contrapartida ele é mais facilmente alvo de preocupação nos termos opostos: como um instrumento de controlo e verificação que levanta problemas de “privacidade” e relativamente ao qual é preciso ter “cuidado”.

De facto, em entrevista, constata-se que, conscientes de que apesar de tudo as suas relações estão atentas à sua actividade, os utilizadores mais assíduos da plataforma revelam preocupação em evitar fazer *check-in* em dados locais receando sobretudo que a verificação subsequente da sua presença possa conduzir a recriminações.

Entrevistador (P): Até agora estiveste a falar nos benefícios do FourSquare. Por outro lado, vês alguma desvantagem?

Entrevistado (R): Tirando a privacidade não. A privacidade no sentido de se tu usares massivamente o *check-in* obviamente toda a gente sabe onde tu estás. Podes ter aí um problema de privacidade.

P: Em que medida?

R.: Na medida em que não estás em casa. Se sabes onde é que tu estás podem sempre fazer o que te quiserem. Se algum amigo com segundas intenções... o que quer que seja. És tu que estás a definir e a dizer que estás ali, eu sei. Só que acho que as pessoas, tal como no Facebook, publicas muita coisa e às vezes não sabes quais são as intenções de quem está do outro lado que pode ter sei lá que te queira encontrar que já não te veja à muito tempo e que te queira cobrar uma dívida por que lhe deves 5 euros. Se calhar sabe que estás ali ao lado, se calhar vai querer lá passar. Por exemplo eu faço um *check-in* no Porto, se calhar tenho amigos meus no Porto que hão-de me dizer “Fodasse, vieste ao Porto e não me disseste nada”. Aconteceu-me na semana passada. Fui ao Gerês e não disse nada a uma das minhas melhores amigas. Portanto isso é a parte que eu considero menos positiva. Não vou dizer negativa.

P: E tens alguma estratégia para lidar com isso?

R.: Não. Aí normalmente ou não publico quando não quero que se saiba onde estou ou o que faço simplesmente não publico. Basicamente desligo-me do mundo virtual, digamos assim. Não digo onde é que estou.

A plataforma surge mais como um elemento de consulta do que de coordenação:

R.: (...) Eu se tiver, se eu entrar num restaurante sozinho, ah, isso garantidamente vou ler todas as notícias do Facebook e vou fazer um FourSquare, vou fazer um *check-in* e tudo o mais. Se eu for entre amigos, palhaçada, não sei quê, comer, não sei quê, nunca mais me lembro do FourSquare....

P: Relativamente ao FourSquare em particular, que tipo de locais é que tu pesquisas? E já agora gostava de saber se tu costumavas pesquisa-los no telemóvel quando estás nos sítios ou se fazes antes, antes de sair de casa?

R.: Na realidade o FourSquare eu utilizo bastante para os *check-ins*. Na realidade aquilo tem uma pontuação. É um facto. Mas o que me apraz mais do que a pontuação é um pouco perceber onde é que andam os meus amigos, eu dar algumas dicas sobre os sítios, receber essas dicas, portanto perceber que sítios são esses, o que é que têm de bom. Qual é a opinião dos meus amigos em relação a isso. Mas eu penso que no caso do FourSquare eu vejo as características quando já lá estou.

---

<sup>275</sup> Para idêntico resultado entre os jovens dinamarqueses utilizadores das funções de *check-in* da rede social Facebook veja-se por ex. Bertel (2013, p. 86 e seg.s).

Ela aproxima-se mais de ser uma espécie de caderno de notas pessoal e forma de mnemónica a que os utilizadores recorrem para registar as suas impressões sobre os locais que lhes agradam. Assim, em segundo lugar, constata-se como relevante o predomínio destacado da **exploração** e da **memorização**, como domínios a que os utilizadores reconhecem maior utilidade.

De facto, “Já encontrei uma boa dica sobre um local usando o FourSquare” e “Uso o FourSquare para manter um registo dos locais que visitei”, respectivamente, são as únicas afirmações que registam uma concordância positiva tanto para os utilizadores esporádicos como para os utilizadores frequentes, surgindo em terceiro lugar a concordância com a afirmação “Descobri sítios novos através do meu uso do FourSquare.”

O reconhecimento de utilidade à ferramenta em relação à exploração do novo e à possibilidade de agir como pretexto para deslocação (“O FourSquare motivou-me a deslocar-me a sítios novos”) destacam-se ainda como as mais contrastantes entre os utilizadores esporádicos e os utilizadores regulares, o que leva a admitir radicar nela mais do que em qualquer outra a diferença entre uns e outros. Os utilizadores do FourSquare deixam-se envolver pela ferramenta tanto mais quanto mais utilidade reconhecem à possibilidade de esta servir de instrumento orientativo na descoberta dos lugares.

R.: Comecei a usar porque achei uma excelente forma de fazer *track* aos sítios onde tu ias. Track no sentido de “eu vou comer num restaurante e usava principalmente se aquele restaurante era bom eu metia uma *tip* ou uma *hint* – acho que é assim que eles chamam – no sentido “este restaurante é muito bom, a sangria é ótima. A sangria de champanhe é divina.” E tenho montes de dicas desses sítios e tenho listas, uma por exemplo que é “restaurantes para voltar”. Então, sempre que eu restaurante e gostava eu adicionava a essa lista.

P: Para ti ou para os outros?

R: Para mim e para os outros. Principalmente para mim. Porquê? Porque, imagina, “ah, onde é que eu vou almoçar hoje? Conheço muitas coisas porque sou uma pessoa muito vivida, se tu quiseres. O que é que me apetece? Comida italiana. Deixa lá ver na lista de restaurantes para voltar. Tenho aqui três ou quatro, deixa-me lá ver o que é que eu aqui há um ano atrás fiz, o que é que eu comi e o que é que eu disse desse sítio. Então vou ver que é para ver se volto lá ou não, porque pode ser uma coisa boa ou uma coisa má. Essa foi a principal razão....

P: As coisas “banais”? No sentido em que não é bom nem mau. Um sítio de rotina onde tu costumavas ir...

R.: Não. Aí só faço check-in (não escrevo). Ou seja, se for muito bom e for uma experiência agradável... Check-in faço sempre, porque assim volto atrás e sei onde é que andei, em que dia é que andei, ele até me diz “ah, não vens cá há 4 meses” e eu “ai que giro, pensava que tinha vindo cá a semana passada, já passaram 4 meses?” Mas faço sempre check-in. Quando é bom, muito bom ou muito mau deixo uma dica para os outros, para ajudar as outras pessoas, nomeadamente os meus amigos e quem me segue e para mim para que se eu lá voltar ou se alguém me convidar eu saber. Já fui sei lá ao Marginalíssimo por exemplo ali em Oeiras, pá e aquilo era muito bom e agora não tá nada bom e tá caro. Portanto, se calhar não vou lá voltar...

Em terceiro lugar, relativamente à dimensão “**ludificação**” constata-se alguma ambiguidade. Embora os utilizadores mais frequentes se revejam na afirmação “Uso o FourSquare porque é divertido” essa concordância reduz-se à quase indiferença em matéria dos *badges*. Neste particular os resultados do questionário entram em conflito com as entrevistas porquanto nestas últimas coleccionar *badges* é uma motivação que se admite como tendo um peso relevante. É de admitir que este último aspecto da *gamificação* da ferramenta tenha um peso substancial para uma fatia de utilizadores também na medida em que depois de em meados de 2014 ter tentado reformar a plataforma com o lançamento do Swarm, a FourSquare acabou por dar um passo atrás e voltou a introduzir estas funcionalidades tendo ainda



passado a promover como libelo da primeira ferramenta o moto “Transforme cada dia em um jogo”.

Como quarto elemento saliente da análise das respostas ao questionário destaca-se a pouca importância atribuída aos descontos e ofertas especiais, o qual regista a mais forte tendência discordante com o mais baixo desvio padrão. Porventura, também pela baixa adopção da funcionalidade por parte dos promotores.

Em suma, no geral, ressalta uma baixa orientação para os outros utilizadores e um eminente foco de atenção nos locais. É mais forte a concordância com a expressão “Já encontrei uma boa dica sobre um local usando o FourSquare”, seguida de “Uso o FourSquare para manter um registo dos locais que visitei”.

A diversão prevalece ainda sobre a atenção dada aos check-ins de outras pessoas. Enquanto as funções de coordenação com os outros e de demonstração de disponibilidade revelam menor uso, o que não deixa de ser ambíguo porque surge a par da discordância da expressão “considero o FourSquare um jogo que jogo sozinho”.

Ou seja, embora os utilizadores tenham presente a dimensão da co-presença social, e entendam que a têm em conta, a verdade é que não estendem o uso da plataforma ao passo seguinte que seria a interpelação do outro, limitando-se à satisfação de saber que ele está lá.

**Quadro G.11 - FourSquare. Usos segundo o tipo de utilizador (esporádico versus regular)**

Relativamente ao FourSquare/Swarm em particular, com base na sua experiência, diga em que medida concorda ou discorda das seguintes afirmações.	Utilizador Esporádico (N=39)	Utilizador Regular (N=26)	TOTAL (N=65)	Freq. - Espor.
Descobri sítios novos através do meu uso do FourSquare.	2,62	3,92	3,14	1,31
O FourSquare motivou-me a deslocar-me a sítios novos.	2,31	3,58	2,82	1,27
Presto atenção aos <i>badges</i> que ganho.	1,90	3,15	2,40	1,26
Frequentemente faço check-in num local ao mesmo tempo que os meus amigos do FourSquare.	2,21	3,35	2,66	1,14
Tenho orgulho nos <i>badges</i> que ganhei.	2,13	3,19	2,55	1,06
Uso o FourSquare porque é divertido	2,69	3,62	3,06	0,92
Já encontrei uma boa dica sobre um local usando o FourSquare.	3,26	4,15	3,62	0,90
O FourSquare ajuda-me a manter em contacto com os meus amigos.	1,95	2,77	2,28	0,82
O FourSquare é divertido porque os meus amigos o usam.	2,23	3,00	2,54	0,77
Faço check-in porque gosto de coleccionar <i>badges</i> .	2,18	2,92	2,48	0,74
Uso o FourSquare porque me proporciona algo que fazer quando saio.	2,10	2,85	2,40	0,74
Uso o FourSquare para manter um registo dos locais que visitei.	3,13	3,81	3,40	0,68
Presto atenção aos check-ins das outras pessoas.	2,69	3,31	2,94	0,62
Uso o FourSquare para dar a conhecer às outras pessoas que estou disponível.	2,03	2,54	2,23	0,51
Considero o FourSquare como sendo um jogo que jogo com os meus amigos.	2,21	2,69	2,40	0,49
Uso o FourSquare porque consigo obter descontos e ofertas especiais.	1,87	2,23	2,02	0,36
Considero o FourSquare um jogo que jogo sozinho.	2,13	2,42	2,25	0,29
Uso o FourSquare para me coordenar com os meus amigos.	2,21	2,23	2,22	0,03
TOTAL	2,32	3,10	2,63	0,77

N = 65 (dois dos respondentes não assinalaram a frequência de uso). Escala de 1 a 5 em que 3 = Não concordo nem discordo. Utilizador regular = usa uma ou mais vezes por semana- Utilizador Esporádico = usa menos de uma vez por semana

## ANEXO H QUESTÕES METODOLÓGICAS RELATIVAS À CONCEPÇÃO, APLICAÇÃO E AVALIAÇÃO DO QUESTIONÁRIO

A execução de um questionário a aplicar especificamente *online* ou *websurvey* (Gosling & Johnson, 2010; Poynter, 2010), envolve um conjunto variado de preocupações que, adaptando o popular Modelo ADDIE, consagrado no Desenho de Instrução, em e-Learning (Figueira & Denominato, 2003; Lima & Capitão, 2003), se podem decompor em cinco etapas. De forma não exaustiva:

- a) **Análise** (identificar as necessidades, as características da população e aquilo que se deseja saber)
  - a. O que já se conhece da população?
  - b. Tem ela características, mormente de literacia e acesso à Internet, adequados à aplicação de um questionário em linha?
  - c. Estão disponíveis meios de contacto por via electrónica com ela? Quais?
  - d. Como será feito o convite à participação?
  - e. De que forma (porque elementos) é possível controlar que os respondentes integram de facto a população alvo?
  - f. Já existem precedentes na sua inquirição? Se sim, o que se pode aprender com eles?
  - g. Face ao apurado anteriormente, que tipo de amostra se pretende? Probabilística ou não? Qual o número mínimo de respondentes para poder ser representativa? Quão viável se antecipa ser atingi-lo?
- b) **Desenho** (definir o teor das perguntas, a sequência entre elas e as estratégias que permitam garantir as mais elevadas fiabilidade e taxa de resposta)
  - a. Estão as perguntas bem formuladas? São claras? O seu vocabulário é acessível? Cobrem todas as possibilidades de resposta? São suficientemente contempladas as chances de resposta aberta?
  - b. Servem os objectivos definidos (mormente o teste das hipóteses)?
  - c. São as escalas válidas e consistentes? Foram pré-testadas?
  - d. O volume de perguntas é adequado a um dispêndio razoável de tempo?
  - e. É possível eliminar redundâncias?
- c) **Desenvolvimento** (desenvolver/programar a mensagem/as perguntas)
  - a. Porque solução de software optar?
    1. Permite a construção do tipo de perguntas desenhadas? Se não, a sua adaptação sem perda de fidelidade?
    2. Permite a programação condicional? Isto é, a construção de regras, que mostrem ou ocultem certas questões, em função das respostas dadas às anteriores? Ou seja, permite simplificar o preenchimento, reduzir a mancha visual inútil e a sobrecarga cognitiva, mostrando, caso a caso, apenas as perguntas relevantes para cada respondente?
    3. É suficientemente flexível para admitir a personalização? Mormente se necessário introduzindo clareza gráfica (tipo e dimensão de fontes e outros elementos de estilo)?
    4. Os seus custos são comportáveis?
    5. A tecnologia empregue é compatível com o máximo de dispositivos, navegadores e sistemas operativos?
    6. São os resultados facilmente exportáveis para subsequente tratamento (*e.g.* para SPSS)?
    7. É segura? Tem actualização frequentes?
    8. Permite controlar tentativas de viciação e ou respostas duplicadas?
  - b. Está assegurado que o questionário se apresente para resposta com prontidão?
  - c. Em caso de dúvidas de interpretação ou procedimento por parte dos respondentes, estão disponíveis meios que permitam o seu esclarecimento?
  - d. São os resultados guardados para cada respondente de forma parcial e automática?
  - e. Em caso de interrupção, voluntária ou involuntária, é admitida a retoma no ponto onde se ficou?
  - f. Foram feitas simulações e antecipadamente despistados erros?
  - g. É fornecido ao respondente um panorama do processo, bem como elementos que lhe permitam situar-se/orientar-se (saber onde está) ao longo do preenchimento?
- d) **Implementação** (disponibilização e acompanhamento da aplicação)
  - a. É contemplado um espaço onde é previamente feito o enquadramento da razão de ser do questionário e explicada a título de motivação a importância da resposta, valorizando a participação?
  - b. De que forma está estabelecida a credibilidade e a boa fé de quem promove o inquérito?
  - c. Estão disponíveis mecanismos de *feedback* que permitam diagnosticar e resolver problemas não

- antecipados?
- d. Está assegurada a suficiência do alojamento? São os recursos escaláveis em caso de necessidade?
  - e. Estão contemplados mecanismos de *backup*?
  - f. Estão garantidos mecanismos de acompanhamento e monitorização? Mormente a visualização de estatísticas de execução / resultados parciais?
  - g. Existe a possibilidade de actuar sobre os utilizadores que deixaram o questionário a meio, em particular para fins da sua “recuperação”, por ex. por contacto via e-mail?
- e) **Avaliação**
- a. No global, as taxas de resposta foram satisfatórias? Se não, porquê?
  - b. No particular, existe uniformidade no volume de perguntas validamente respondidas ou constata-se a incidência de perguntas ou blocos delas negligenciada(o)s? No segundo caso, porquê? Má formulação? Erro na programação condicional?
  - c. Quais as características sociodemográficas e outras tidas por relevantes da amostra obtida?
  - d. Elas permitem considerá-la representativa da população, face à análise inicial?

Em conformidade, aclaramos de seguida algumas das preocupações de procedimento que, no nosso caso, presidiram ao trabalho levado a cabo. Procedendo subsequentemente à avaliação da credibilidade dos resultados obtidos.

## H.1 ANÁLISE & DESENHO

O teor do questionário foi concebido para permitir conhecer, caracterizar e cruzar o perfil, as razões para a adopção, a percepção da utilidade, os dispositivos detidos e os tipos de uso dados pelos utilizadores regulares das tecnologias e plataformas de localização às mesmas. Em matéria de amostragem, a sua concepção obedeceu ao *racional* de acordo com o qual “nem todos os utilizadores de tecnologias locativas são geocachers, porém, todos os geocachers são tendencialmente utilizadores regulares de tecnologias de localização.” Por conseguinte, estabeleceu-se como meta atingir representatividade ao nível dos praticantes do jogo móvel locativo e da escalpelização das respectivas práticas, tidos como “caso crítico” e objecto central, não desdenhando, todavia, colateralmente, inquirir sobre a experiência dos respondentes com outras ferramentas e plataformas locativas e bem assim os seus hábitos de deslocação, comunicação e lazer.

Optou-se desta forma por uma estrutura modular, permitindo que a aplicação fosse feita de forma diferenciada. Todos os respondentes responderam a um conjunto de módulos genéricos, enquanto apenas alguns foram confrontados, quando aplicável, com questões específicas, mormente relativamente aos hábitos e ao uso de plataformas e dispositivos particulares.

Como atalho, a formulação das perguntas beneficiou do decalque de elementos-tipo do Inquérito à Sociedade da Informação anteriormente aplicado pelo CIES (mormente na recolha do perfil, posse e hábitos de uso dos dispositivos de comunicação, com as devidas extensões, adaptações e actualizações). Consoante dado nota, na interpretação dos resultados e ainda acima, p.154, a revisão da literatura sobre meios móveis locativos conduziu ainda à incorporação no enunciado de modelos com precedentes.

Quando alvo de atenção (vede o Anexo F), o geocaching surgiu no passado ora como motivo de reflexão teórica ora explorando a sua utilidade para fins disciplinares particulares. Não se encontram precedentes de caracterização sociodemográfica da sua população nem das suas práticas por relação a tais características. O inquérito aplicado tem assim também como objectivo levar a cabo tal

levantamento pioneiro.

## H.2 DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento de um questionário para aplicação em linha conjuga a necessidade de acautelar quatro requisitos de ordem prática a que é preciso dirigir a atenção, tendo em vista garantir a validade dos dados recolhidos:

- 1) Evitar respostas múltiplas da parte do mesmo indivíduo e ou tentativas de viciação.
- 2) Lidar com as interrupções e ou respostas incompletas.
- 3) Garantir que o questionário se apresenta pronto para resposta com um máximo de prontidão e um mínimo de passos prévios de validação (do utilizador, i.e.).
- 4) Garantir que os respondentes integram efectivamente as populações em estudo.

Estas preocupações tendem a entrar em conflito com a necessidade de garantir uma cobertura de anonimato aos respondentes, sendo impossíveis na lógica das bases de dados sem a existência/recolha de um identificador único.

Assim, de entre os mecanismos passíveis de assegurar os requisitos 1 a 3 destacam-se:

- a) Cookie
- b) IP
- c) E-mail
- d) Subdelegação num mecanismo de autenticação externo (*e.g.* via OpenID, Facebook Connect etc...)

### H.2.1 CONTROLO POR COOKIE E IP. VANTAGENS E DESVANTAGENS

Isoladas as soluções a e b constituem as de implementação mais simples, porém falíveis, possibilitando particularmente os seguintes inconvenientes, dado serem tendencialmente provisórias (i.e., baseadas em variáveis no ambiente do respondente que se alteram no curto prazo, sem possibilidade de controlo pelo investigador):

- Que um mesmo utilizador, usando navegadores diferentes no mesmo computador, responda mais de uma vez (controlo por *cookie*);
- Que diversos utilizadores, usando diferentes computadores, partilhando um mesmo IP (por ex. numa rede empresarial ou institucional) se vejam impedidos de realizar o questionário e só o primeiro cronologicamente o possa fazer (controlo por IP);
- Que um mesmo utilizador usando uma ligação com IP dinâmico (caso da generalidade dos acessos residenciais) num mesmo computador possa ainda assim responder mais de uma vez em instantes diferentes (controlo por IP).

Desta forma, o mal menor seria uma combinação de ambos os mecanismos (coincidência da combinação cookie + IP), subsistindo ainda um problema: no caso de questionários extensos, lidar com os utilizadores que possam desejar repartir o preenchimento em mais de um etapa (por exemplo, iniciando o procedimento no trabalho e concluindo-o em casa).

### H.2.2 CONTROLO POR E-MAIL. VANTAGENS E DESVANTAGENS

A autenticação por e-mail é por seu turno a mais vantajosa, uma vez que resolve tanto o requisito 4 como a possibilidade de respostas faseadas. Tem, no entanto, uma desvantagem: para se poder fazer com comodidade para os respondentes, facilitando a elevação das taxas de resposta, implica o seu pré-

registo pelo investigador, o qual deve conhecer de antemão os respectivos dados.

De outra forma, para garantir a possibilidade de um inquérito aberto ao maior número possível de respondentes, em condições que assegurem a validade, torna-se necessário levar os respondentes a passar eles próprios por um processo de pré-registo, o qual tem o efeito inevitável de baixar a taxa de respostas, funcionando como desincentivo e “processo maçador” em que muitos se deterão.

### **H.2.3 DELEGAÇÃO NUM MECANISMO DE AUTENTICAÇÃO EXTERNO (SOLUÇÃO ADOPTADA)**

A solução de delegação por seu turno tem todas as vantagens do e-mail sem a necessidade de qualquer passo adicional. De facto, depende de um processo de registo que já está feito, reconhecendo-se o respondente pelas credenciais do navegador através de uma autenticação com que ele de antemão está familiarizado e que provavelmente até já tem efectuada (*e.g.* login no Facebook).

Infelizmente, porém, o mecanismo de autenticação externa suportada pelo LimeSurvey (LDAP) está pensado para se adequar a um ambiente corporativo, não se compadecendo com mecanismos mais generalizados como o OpenID (que inclui credenciais fornecidas pelas contas Google, Yahoo e Twitter, por ex.) nem com o Facebook Connect. Um entrosamento com este último seria especialmente adequado tendo presente que esta mesma rede social seria um dos veículos inevitáveis de divulgação junto das populações visadas pelo nosso estudo.

Colocou-se, pois, a questão: não desejando consumir recursos de meios e tempo, usando soluções *open source* e pensando numa aplicação em larga escala do inquérito, como agilizar o processo de autenticação dos respondentes?

A solução à medida foi fornecida pela interposição do CMS Drupal através da acção conjunta dos seus módulos:

- OAuth Connector: Permite a autenticação no Drupal usando contas de diversas redes sociais - <http://drupal.org/project/oauthconnector>
- LimeSurvey Sync: Permite a partilha de dados (inclusive de autenticação) entre o Drupal e o LimeSurvey - [http://drupal.org/project/limesurvey\\_sync](http://drupal.org/project/limesurvey_sync)

Como resultado obtivemos assim um mecanismo *threefold* em que uma vez lançados os convites à participação da população em estudo nos diversos meios (e-mail, comunidades nas redes sociais, sítios especializados, fóruns e lista de discussão, anúncios Google Adwords...) se procedeu segundo as seguintes etapas:

- Os indivíduos foram conduzidos a uma página de acesso ao questionário com existência autónoma e URL único (em domínio próprio) onde lhes foram fornecidos elementos de enquadramento e motivação e garantido o anonimato.
- Caso decidissem participar deveriam aí optar por prosseguir para preenchimento escolhendo, a seu critério, as credenciais alternativamente fornecidas por um dos seguintes provedores: Facebook, Google, Twitter, MSN, Yahoo ou LinkedIn, mediante clique simples no respectivo botão.
- Caso não tivessem conta em nenhuma das redes ou (mais provável) não a desejassem usar, os potenciais respondentes tinham ainda assim acesso a um formulário onde podiam solicitar credenciais (algo que foi usado em meia dúzia de casos, para quem foram gerados dados de acesso manualmente e disponibilizados via e-mail um *username* e uma *password*).
- O mecanismo de autenticação era automático (o utilizador só tinha de conceder permissões de acesso uma vez qualquer fosse a rede usada). Dada permissão, o Drupal reconhecia e redireccionava doravante automaticamente o respondente para a interface do questionário no LimeSurvey.
- Se optassem conscientemente (tendo-lhes explicitamente sido dada a opção do seu preenchimento

faseado) ou inadvertidamente (falha técnica, por ex. por encerramento do *browser* por distração) por interromper o questionário e retomá-lo mais tarde aos utilizadores bastava regressar a ele usando o mesmo e único URL inicial. O sistema Drupal reconhecia-os e ao estado de completude em que estavam de forma transparente/sem necessidade de intervenção pelas credenciais da rede social mantidas no browser.

- Era possível verificar quem estivesse na situação anterior e remeter-lhe um e-mail a convidar à conclusão (o Drupal, cria inicialmente o *token* e subsequentemente recolhe e mantém a informação relativa ao estado sincronizada a partir da base de dados do LimeSurvey). A emissão deste e-mail pôde ser automaticamente programada conjugando os módulos “Actions” e “Rules”. No nosso caso, optámos por enviar dois “lembretes”: um 48 horas após início sem conclusão de um questionário e quando aplicável um segundo passada uma semana. O e-mail continha campos personalizados para cada utilizador, conferindo-lhe um sentido de atenção individual.

**Quadro H.1 Etapas de aplicação e acesso ao questionário e soluções adoptadas. Síntese.**

Etapa	Componente de Software	Procedimento	
Convite / Divulgação	Visual WebRipper	Recolha de e-mails a partir dos perfis no <a href="http://geocaching.com">geocaching.com</a>	
	SendBlaster	Envio de e-mails via IMAP	
	Visual WebRipper	Envio cadenciado de convites por e-mail via preenchimento e submissão de formulário no <a href="http://geocaching.com">geocaching.com</a> (utilizadores que não partilharam publicamente o e-mail).	
	Navegador Opera	Convite em Redes Sociais, Fóruns e Listas de Discussão	
Entrada / Autenticação	Servidor LAMP	Alojamento	
	CMS Drupal (módulos específicos)	Pages WYSIWYG	Permite criar páginas de enquadramento, fornecimento de elementos de apoio (Ajuda genérica) e contactos.
		Facebook Connect	Fornecem o mecanismo de autenticação a partir das redes sociais. Isto é: - Reconhecem/identificam o respondente pelo login nelas feito
		Oauth	- Recolhem os dados do seu perfil nelas (e-mail, nome e outros) - Criam um novo perfil no Drupal
		LimeSurvey Sync	- Associa a autenticação feita via Drupal com o LimeSurvey criando automaticamente um <i>token</i> . - Mantém o estado de completude sincronizado entre o Drupal e o LimeSurvey e fornece ao utilizador um indicador de “estado”. - No caso dos questionários incompletos, por interrupção voluntária ou inadvertida, reconhece e redirecciona automaticamente o utilizador para a página do LimeSurvey correspondente ao seu estado corrente de execução.
		Rules	Permite a programação condicional de regras. Mormente, mediante o controlo do estado de execução, tornando possível: - O envio de um e-mail de agradecimento a confirmar a conclusão. - Para quem iniciou, mas não completou o questionário, o envio automático de um e-mail personalizado com lembretes a cada x tempo definido.
		Events	
Views	Gera tabelas exportáveis mormente para Excel que permitem obter um panorama do estado de execução.		
Preenchimento	LimeSurvey	Permite criar e levar a cabo a resposta ao questionário Exporta os dados para SPSS Fornece estatísticas de execução.	

Relativamente ao identificador passível de garantir que o respondente integrava a população-alvo, no caso dos geocachers optou-se por solicitar o Nome de Utilizador utilizado no registo no [geocaching.com](http://geocaching.com). Tratando-se de um *nick*/elemento que constitui elemento de orgulho e parte da identidade, antevia-se ser facilmente fornecido. Em todo o caso, atendendo ao melindre c/ o “anonimato” o seu fornecimento foi apresentado como optativo/facultativo.

Para a maioria dos que o forneceram foi, subsequentemente, possível recolher e cruzar as

respostas dados no questionário com os dados da actividade (páginas das caches produzidas e *logs* das caches consumidas).

### H.3 IMPLEMENTAÇÃO

O preenchimento do questionário foi precedido de uma página inicial onde se forneceram instruções e alguns elementos de motivação como uma panorâmica do objectivo do estudo, do volume das questões e do tempo previsto para conclusão (de resto a informação do estado de completude deste está permanentemente visível nas diversas etapas de preenchimento).

Cada grupo de questões configurou um bloco de perguntas (uma página de navegação), encabeçado por um curto parágrafo de enquadramento.

Para algumas perguntas que se antecipava poderem suscitar ambiguidade, foram fornecidos elementos adicionais de ajuda e esclarecimento, caso a caso.

Tendo em vista credibilizar o questionário e exponenciar as respostas levaram-se a cabo os seguintes passos.

- Estabelecimento da boa fé do aplicante, apresentando e procurando o endosso dos responsáveis da comunidade nacional gerada em torno do sítio geo-pt.org.
- Aquisição de domínio próprio (questionador.com).
- Obtenção de certificado SSL e utilização do protocolo https nas comunicações.
- Associação dos dados de registo dos anteriores à morada institucional do ISCTE.
- Identificação do responsável e fornecimento de meios de contacto directo
- Definição de uma política de protecção de dados, garantido entre outros o anonimato e o direito de remoção.

### H.4 AVALIAÇÃO

O inquérito não pode nem pretende ser representativo dos usos dados às tecnologias localitativas dados pelo universo da população portuguesa em geral. A sua ambição queda-se em atingir representatividade ao nível do estrato sobre o qual particularmente incide: geocachers (grupo paradigma indicador da adopção e uso das tecnologias de localização numa actividade que concilia a comunicação mediada com a efectiva mobilidade no espaço físico).

A amostra foi obtida por um misto de efeito bola de neve através da divulgação em redes sociais, listas de discussão e sítios especializados frequentados pela população visada e sobretudo através do envio de convites individuais via e-mail.

Trata-se, por conseguinte, de uma amostra não probabilística em que a possibilidade de cada um dos elementos da população responder é desigual sendo maior para aqueles que optaram por partilhar os respectivos e-mails. Estes últimos, no entanto, foram atingidos a 100% (ou seja, foram convidados todos os indivíduos da população geocacher que têm publicamente disponível o endereço de correio electrónico).

Atendendo às características do instrumento – autopreenchimento via electrónica – e da população visada, não parece, todavia, que tal metodologia constitua desvantagem, permitindo, pelo contrário, ir de encontro aos que efectivamente reúnem características viáveis sendo que os que demais

têm maior probabilidade de ter abandonado a prática ou não exibem, em todo o caso, hábitos de uso regular da Internet associados a esta, pelo que também seria mais improvável responderem ao apelo feito.

Algumas considerações sobre os métodos de convite empregues:

- A divulgação em fóruns, listas de distribuição e redes sociais demonstrou gerar taxas de resposta relativamente baixas e com um efeito que se esgota no instante (passado pouco tempo o apelo submerge sobre uma multidão de outras mensagens e cai no esquecimento, quem não actua no imediato já não actua)
- A divulgação através do programa Google Adwords relevou ser ineficiente (mais sobre isto adiante).
- O envio de convites via e-mail numa base individual provou ser o método mais eficiente, gerando taxas de respostas consistentes na casa dos 10% (um em cada dez convidados inicia a resposta) das quais um pouco mais do que 50% acaba efectivamente por completar integralmente a resposta, levando o inquérito ao estado “completo”.

#### H.4.1.4 DIMENSÃO E REPRESENTATIVIDADE DOS GEOCACHERS

Correspondiam à data da aplicação do inquérito a uma população de 40 mil pessoas, que se reduz para a metade atendendo aos que se encontram efectivamente activos, avaliados pela existência de registos de actividade datados dos últimos doze meses.

De forma atingir um nível de confiança de 95% com um intervalo de 5% seriam necessárias entre 245 e 381 respostas para esta população, consoante se assuma uma proporção binominal ou uma distribuição numa escala de 5 pontos.

O valor obtido (513 respostas) supera as expectativas.

Dos 40 mil geocachers registados foi possível através de uma técnica de *scrapping* obter o e-mail de aproximadamente 1900, os que optaram por o partilhar (recorde-se que a actividade está sujeita a registo num sítio centralizado, onde o utilizador mantém perfil), para envio de convite directo. Para os restantes é possível enviar um e-mail por formulário, no entanto, de forma a evitar usos comerciais, é imposto um limite ao número e cadência das mensagens.

Tendo-se cruzado através do indicador único GUID atribuído pelo sítio geocaching.com a identidade dos que já tinham sido convidados por e-mail com o *username* declarado dos que já tinham respondido (de forma a evitar contraproducentes convites duplicados), filtrando adicionalmente a actividade pelo critério de ter efectuado o último *log* desde 01 de Julho de 2014, chegámos a uma lista de 13 mil indivíduos.

Desenvolveu-se de seguida um processo automático de submissão do formulário de contacto, atendendo aos limites impostos, com uma cadência de um convite a cada 5 minutos, 12 convites por hora, 288 convites por dia.

Atendendo aos limites temporais e técnicos (o processo “emperrava” por vezes, sobretudo em função da oscilação da performance do sítio, com frequentes *time outs* em horas de pico de acesso, obrigando a intervenção manual, o que reduziu a eficiência e o número médio de envios), através desta segunda via, foi possível enviar um total de aproximadamente 4000 convites adicionais à resposta.



#### H.4.1.5 MEIOS EXPERIMENTAIS DE DIVULGAÇÃO E TAXAS DE RETORNO. REFLEXÃO SOBRE O GOOGLE ADWORDS

O programa Google AdWords, permitindo gerar anúncios para colocação, seja junto dos resultados de pesquisa no motor de busca (rede de pesquisa), seja em sítios (rede de *display*) evidencia características que o tornam atraente para *marketers* e anunciantes comerciais, mas, potencialmente, devidamente compreendidas e aproveitadas, igualmente para pesquisadores no domínio das ciências sociais.

De facto, o sistema retira partido da colocação contextual de informação, segmentando-os segundo características específicas de quem lhes é exposto, tendo em consideração o teor daquilo que se pesquisa (palavras-chave usadas como do conteúdo das páginas na rede de *display* que se estão a visualizar). Mais interessante, o sistema permite retirar partido do conhecimento que o motor de busca tem do perfil dos utilizadores individuais, atendendo igualmente ao seu histórico de pesquisa.

Para quem esteja a aplicar um questionário aberto torna-se assim possível jogar com variáveis com o sexo, a idade, a localização e os interesses dos utilizadores de forma a apelar à participação dos estratos que especificamente lhe interessem ou, para esse efeito, tentando “recrutar” respondentes junto de estratos que estejam em défice e se revelem necessários para obter uma amostra representativa (no nosso caso, por exemplo, mulheres).

Neste sentido, a título eminentemente experimental, iniciámos duas campanhas que decorreram durante sensivelmente cinco dias, segmentadas pelos grupos de interesse que nos interessavam.

Com um custo de 79 euros foi possível gerar um total de um pouco mais de meio milhão de impressões que geraram 845 cliques. Ou seja, potencialmente atraíram a atenção de 845 pessoas com características interessantes para o nosso estudo, convidando-as a participar nele, respondendo.

Na prática, porém, constatou-se que destas apenas uma fracção mínima, estimada em entre 3 e 5% dos cliques, chegou efectivamente a iniciar a resposta.

A forma como a Google deixa criar os anúncios é relativamente limitativa em termos do espaço disponível para escrever a mensagem. Experimentámos com diversas configurações, acompanhando o apelo à resposta ora da aliciante do possível ganho de uma oferta ora da descrição do teor do estudo. Em qualquer caso os utilizadores eram invariavelmente levados a uma página onde se fazia uma breve apresentação deste.

A existência de uma “oferta” provou suscitar interesse, no entanto os utilizadores provenientes com esta em mente raramente levaram o questionário até ao fim.

As expectativas dos utilizadores relativamente ao que esperar dos anúncios Google não parecem alinhadas com o tipo de apelo que, ultrapassada a possibilidade de uma “borla”, lhes foi feito.

O preenchimento voluntário de um questionário para fim académico e melhoria do conhecimento é porventura um propósito demasiado vago.

As distribuições por hora revelam uma prevalência superior nos cliques entre as 12 e as 18 horas e entre as 21 e as 22 horas, correspondendo aos picos de uso da Internet.

A reacção aos e-mails aponta igualmente para as 16 horas como hora óptima para o seu envio.

Como lição futura, valerá a pena, reeditar a experiência, usando anúncios *richmedia* e tentando

melhorar mais ainda a personalização do conteúdo dos anúncios pelos segmentos de visualização. De uma forma geral, porém, conclui-se que este método não reúne as características necessárias para o tornar na forma preferencial de divulgação.

#### H.4.1.6 SÚMULA DA APLICAÇÃO

A aplicação do questionário decorreu durante a íntegra do mês de Outubro de 2014.

Iniciaram a resposta 1043 indivíduos tendo-se obtido **589 respostas válidas**.

Consideraram-se válidas 558 respostas em estado “completo”<sup>276</sup> bem como adicionalmente 31 questionários cujos respondentes responderam até ao grupo “Perfil Sociodemográfico” (inclusive) mas por alguma razão não optaram pelo preenchimento dos módulos opcionais seguintes (mais provavelmente por equacionarem fazê-lo em momento subsequente não tendo chegado a efectivar esta intenção pese embora os lembretes enviados dois dias e uma semana depois, respectivamente)<sup>277</sup>.

Uma validação preliminar atendeu ainda à identificação de casos anómalos e respostas com valores excepcionais. Verificou-se ser o número de casos nesta categoria bastante reduzido, tendo-se encontrado justificação para a generalidade (por exemplo, um utilizador que declara a posse de 20 ou mais telemóveis é radioamador que faz deles colecção). Outros corresponderão a erros de selecção, para os quais se optou por solicitar informação rectificativa (por ex. no caso do único utilizador que declara como idade “100 ou mais anos”).

A taxa de preenchimento foi bastante satisfatória atendendo à extensão e complexidade do questionário (Quadro H.2), justificando o esforço despendido na preparação.

#### **Quadro H.2 - Estatísticas globais da duração do preenchimento dos questionários dados como "completos"**

Tempo médio de preenchimento	96 min. 2 seg.
Mediana:	68 min. 47 seg.

Relativamente aos módulos finais, cuja resposta foi facultativamente deixada ao critério do respondente, a taxa de adesão ronda os 50% (Quadro H.3). Esta opção de desenho – que justifica o diferencial de aproximadamente meia hora entre a média e a mediada nos tempos de preenchimento - impõe obviamente severas limitações em matéria de interpretação e utilidade a dar aos dados nestes recolhidos. A comparativamente reduzida representatividade relega-os para uma função eminentemente exploratória. Este risco foi assumindo e é paliado pelo facto do seu teor não ser essencial ao teste do essencial das hipóteses em estudo. A contrapartida seria ter visto a taxa de completude substancialmente reduzida.

<sup>276</sup> Define-se por “estado completo” aquele em que o respondente completou todos os grupos de questões e no final procedeu à operação “submeter” dando-o por concluído.

<sup>277</sup> Por desenho foi permitido o preenchimento em múltiplas sessões, retomando-se em cada uma delas a resposta no ponto em que tinha ficado anteriormente. Por outro lado, dada a extensão, optou-se por tornar optativos os 3 módulos finais. Esta opção foi dada ao respondente depois do preenchimento do grupo “perfil sociodemográfico”.

**Quadro H.3 – Taxas de resposta aos módulos facultativos**

	Nenhum		Deslocação e mobilidade em geral e nos domínios de		Relações sociais e familiares, tempos livres		Uso da Internet em geral	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Não Seleccionado	332	56,4	315	53,5	303	51,4	284	48,2
Sim	257	43,6	274	46,5	286	48,6	305	51,8
Total	589	100,0	589	100,0	589	100,0	589	100,0

#### H.4.1.7 REPARTIÇÃO GEOGRÁFICA DOS RESPONDENTES

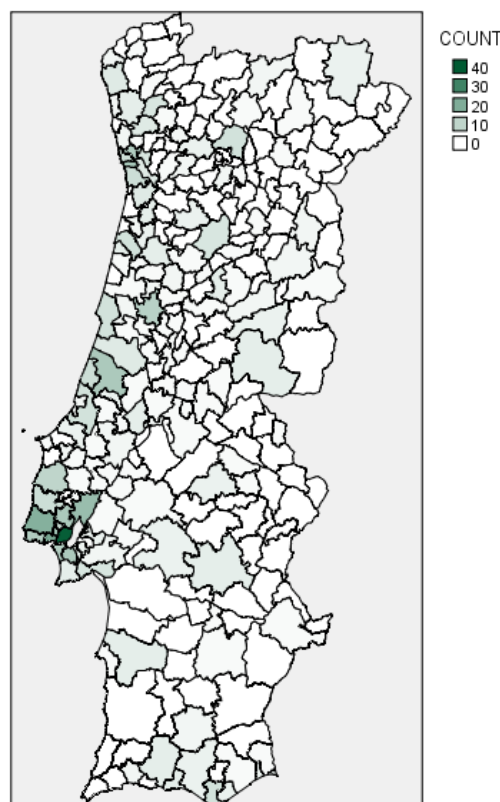
Não sendo seguro nem forçoso que a população estudada tenha uma repartição geográfica proporcional à população residente em geral, trata-se, porém, de um exercício comparativo interessante de empreender por duas eminentes razões:

- Verificar se existe um diferencial regional na adopção das tecnologias de localização conforme medido pela população escolhida como sendo desta paradigma indicador;
- Verificar até que ponto a amostra é representativa das características inferidas das populações inquiridas, desde logo da sua distribuição espacial.

Assim, como termo de medida, comparativamente com a população residente em geral são evidentes algumas assimetrias (ver Quadro H.4<sup>278</sup>).

Se parte destas segue por exemplo a tendência geral de uso das TIC e da Internet e se compreende em função de variáveis como a idade média da população residente, maior nos distritos do interior (por exemplo Beja ou Bragança), outras surgem que são difíceis de explicar exclusivamente pelas características sociodemográficas. É particularmente o caso do índice de menor taxa de penetração no uso das tecnologias de comunicação incorporando localização a nível do Norte Litoral que pode ser derivado não só dos dados directamente recolhidos por este questionário como de outros obtidos por exemplo a partir da penetração da prática do geocaching (ver ainda a Quadro H.5). Seria, por conseguinte, útil

**Figura H.1 - Mapa com a repartição da amostra por concelhos de Portugal Continental**



<sup>278</sup> De notar que estes dados terão de ser reprocessados, usando a variável concelho, igualmente presente, de forma a poder fazer a repartição pelos diversos níveis de NUTS, mais em voga do que os distritos, de forma a os tornar comparáveis com outros estudos. O processo deverá ser simples uma vez que se usou como código de cada concelho o valor DICO(FRE) atribuído pela Carta Administrativa Oficial de Portugal (CAOP).

cotejar estes dados com os historicamente conhecidos para a propensão regional para a adopção da tecnologia e dos dispositivos móveis em particular, a partir por exemplo da evolução das taxas de penetração da telefonia móvel.

#### Quadro H.4 - Distribuição do total da amostra por distritos e regiões autónomas de residência

Distrito	Frequência de respondentes	Percentagem de respondentes	% Pop. Residente em Geral.	Dif. entre a proporção da amostra face à pop. residente em geral	Dif. entre a proporção da amostra face à pop. residente em geral (%)
AVEIRO	37	6,3	6,8	-0,5	-7,6
BEJA	5	0,8	1,4	-0,6	-39,4
BRAGA	20	3,4	8,0	-4,6	-57,6
BRAGANÇA	5	0,8	1,3	-0,5	-34,7
CASTELO BRANCO	11	1,9	1,9	0,0	-1,7
COIMBRA	32	5,4	4,1	1,3	32,5
ÉVORA	7	1,2	1,6	-0,4	-25,7
FARO	29	4,9	4,3	0,6	14,5
GUARDA	7	1,2	1,5	-0,3	-20,8
LEIRIA	48	8,1	4,5	3,6	81,1
LISBOA	166	28,2	21,3	6,9	32,3
PORTALEGRE	6	1,0	1,1	-0,1	-7,4
PORTO	64	10,9	17,1	-6,2	-36,5
SANTARÉM	25	4,2	4,3	-0,1	-1,3
SETÚBAL	55	9,3	8,1	1,2	15,3
VIANA DO CASTELO	8	1,4	2,3	-0,9	-40,9
VILA REAL	10	1,7	2,0	-0,3	-15,1
UIÇA	17	2,9	3,6	-0,7	-19,8
R. A. AÇORES	22	3,7	2,3	1,4	62,4
R. A. MADEIRA	15	2,5	2,5	0,0	1,9
Total	589	100,0	100,0	0,0	0,0

Nota: Pop residente em 2014 com base em dados estimados pelo INE.

Aumentando a granularidade até ao nível dos municípios, constata-se ainda que os 589 respondentes se repartem por 159 concelhos de Portugal Continental (Figura H.1) e ilhas (37 indivíduos).

#### H.4.1.8 SUB-AMOSTRA DE GEOCACHERS

A população geocacher (87% dos respondentes, seja 513 indivíduos declararam já ter experimentado o geocaching) tem uma repartição geográfica que não é de antemão objectivamente conhecida<sup>279</sup> mas pode ser inferida através de um indicador disponível, simples de obter, que se traduz em considerar para cada geocacher como distrito de residência aquele em que tem mais geocaches

<sup>279</sup> Na verdade, sobre ela não se conhecem de fonte segura nenhuma características sociológicas. A informação recolhida aquando da criação do respectivo perfil no sítio geocaching.com contempla, para fins práticos, de busca em proximidade, um campo sobre a localização (coordenadas geográficas - latitude e longitude) dos participantes que poderia eventualmente, pela aplicação dos polígonos com os limites dos concelhos e distritos consoante, por exemplo, disponibilizados pela Direcção Geral do Território, chegar à respectiva repartição. Esta informação, não obstante, não é partilhada pela *Groundspeak*, a empresa que gere o sítio. De facto, tivemos oportunidade de explicitamente a ela solicitar acesso, tendo recebido uma resposta negativa.

colocadas (no sentido da comprovação da validade deste raciocínio veja-se ainda, acima, o Quadro 8.17, p.207). Chegámos assim ao Quadro H.5, neste o “Rácio de Penetração” (última coluna) corresponde a um indicador de base 100 equivalente a uma distribuição da percentagem de praticantes perfeitamente proporcional à percentagem da população residente. Valores superiores a 100 indicam uma comparativamente maior penetração, valores inferiores indicam uma comparativamente inferior adesão.

**Quadro H.5 – Rácio regional de penetração da prática do geocaching (4º Tri. 2014)**

Distritos & R.A.	Caches	Km <sup>2</sup>	População	Dens. Pop.	Geocachers	% caches	% área	% pop	% geo	% geo-pop	Rácio de penetração
Aveiro	2317	2808	714351	254,4	2064	5,2	3,0	6,8	5,2	-1,6	76,8
Beja	716	1025	152706	14,9	353	1,6	11,1	1,4	0,9	-0,6	61,4
Braga	2623	2673	848444	317,4	2338	5,9	2,9	8,0	5,9	-2,2	73,2
Bragança	834	6608	136459	20,7	429	1,9	7,2	1,3	1,1	-0,2	83,6
Castelo Branco	1425	6675	195949	29,4	925	3,2	7,2	1,9	2,3	0,5	125,5
Coimbra	2194	3947	429714	108,9	2439	5,0	4,3	4,1	6,1	2,1	150,9
Évora	843	7393	167434	22,6	548	1,9	8,0	1,6	1,4	-0,2	87,0
Faro	1713	4960	450484	90,8	1854	3,9	5,4	4,3	4,7	0,4	109,4
Guarda	1210	5518	160931	29,2	484	2,7	6,0	1,5	1,2	-0,3	79,9
Leiria	2596	3515	470765	133,9	3161	5,9	3,8	4,5	8,0	3,5	178,5
Lisboa	8316	2761	2244984	813,1	8878	18,8	3,0	21,3	22,4	1,1	105,1
Portalegre	994	6065	118952	19,6	515	2,3	6,6	1,1	1,3	0,2	115,1
Porto	3328	2395	1816045	758,3	4178	7,5	2,6	17,2	10,5	-6,7	61,1
Santarém	3413	6747	454456	67,4	2598	7,7	7,3	4,3	6,5	2,2	151,9
Setúbal	2814	5064	849842	167,8	2839	6,4	5,5	8,1	7,1	-0,9	88,8
Viana Do Castelo	1426	2255	244947	108,6	874	3,2	2,4	2,3	2,2	-0,1	94,8
Vila Real	1610	4328	207184	47,9	868	3,6	4,7	2,0	2,2	0,2	111,4
Viseu	2315	5007	378166	75,5	1412	5,2	5,4	3,6	3,6	0,0	99,2
R. A. Açores	2108	2333	246102	105,5	1711	4,8	2,5	2,3	4,3	2,0	184,8
R. A. Madeira	1355	801	267938	334,5	1247	3,1	0,9	2,5	3,1	0,6	123,7
Totais	44150	92078	1055583	114,6	39715	100,0	100,0	100,0	100,0		

Nota: População residente de acordo com dados INE.

Com base nos dados inferidos da distribuição da população geocacher, segundo o método

descrito, isolando especificamente a sua representação na amostra, chegámos igualmente ao Quadro H.6, onde é possível constatar, face ao Quadro H.4, relativo à população em geral, uma diminuição no diferencial entre as respostas distritalmente esperadas e obtidas, abonando em favor da sua acrescida fiabilidade para este estrato.

Assinale-se ainda assim uma sobre representação do distrito de Lisboa e uma sub-representação dos distritos de Santarém e Braga.

No caso Santarém o valor é menos exótico e 4,5% das respostas de geocachers está até próximo dos 4,3% da população residente em geral, sendo também de admitir que este distrito, a par de Leiria, pela continuidade geográfica, recolha uma atenção especial da massa do 1/5 da população nacional residente em Lisboa. Ou seja, que existam residentes no distrito de Lisboa que efectivamente têm mais caches colocadas em Santarém do que no distrito de residência – o que é de resto indiciado pela % de caches colocadas no distrito da capital ser, contrariamente à tendência geral, inferior à população.

#### **Quadro H.6 Distribuição da amostra por distritos e regiões autónomas de residência (geocachers)**

Distritos & R.A.	% resp. obtidas	Número de resp. obti.	Distrib. esperada	Diferença	Dif. (%)
Aveiro	6,6	34	27	7	26
Beja	1,0	5	5	0	0
Braga	3,3	17	30	-13	-43
Bragança	,8	4	6	-2	-33
Castelo Branco	1,8	9	12	-3	-25
Coimbra	5,5	28	32	-4	-13
Évora	1,4	7	7	0	0
Faro	4,9	25	24	1	4
Guarda	1,2	6	6	0	0
Leiria	8,0	41	41	0	0
Lisboa	27,9	143	115	28	24
Portalegre	1,0	5	7	-2	-29
Porto	11,5	59	54	5	9
Santarém	4,5	23	34	-11	-32
Setúbal	8,0	41	37	4	11
Viana Do Castelo	1,4	7	11	-4	-36
Vila Real	1,9	10	11	-1	-9
Viseu	3,3	17	18	-1	-6
R. A. Açores	3,5	18	22	-4	-18
R. A. Madeira	2,7	14	16	-2	-13
Totais	100,0	513	513		

Nota: Compara, por distrito, o número de respostas de geocachers obtidas face à distribuição desta população inferida pelo indicador que considera para cada geocacher como distrito de residência aquele onde tem maior actividade.

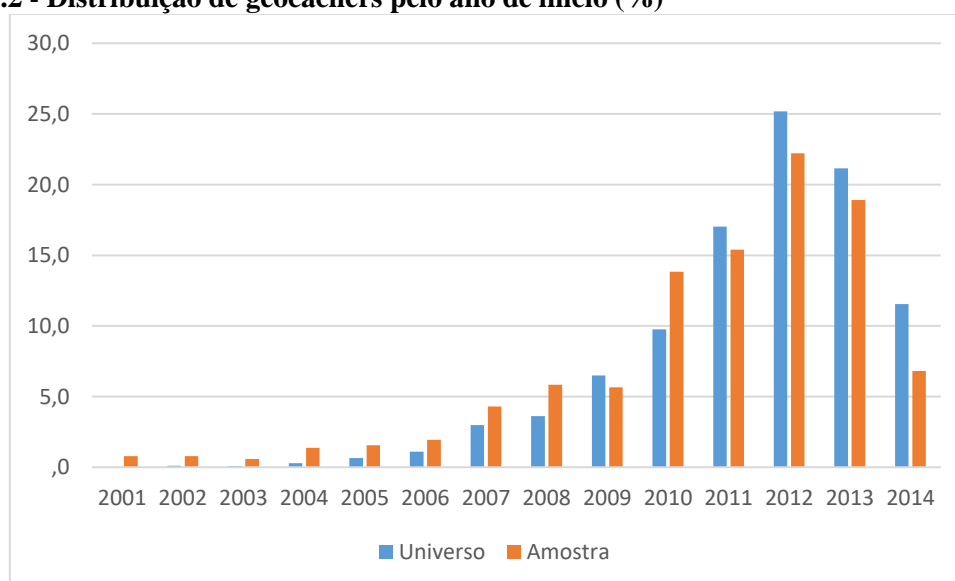
Outra preocupação consiste em saber em que medida a amostra de geocachers obtida reflecte o cômputo geral da prática em termos de antiguidade e experiência. Ou seja, avaliar até que ponto o regime

de adesão voluntária não distorceu a amostra no sentido de atrair indivíduos especialmente militantes, seja por hipótese se manterem nela há mais tempo ou a praticarem de forma mais intensiva.

Quanto ao parâmetro longevidade, uma comparação da amostra com o universo da população geocacher em geral (seja, todos os indivíduos com perfil no sítio geocaching.com tendo registado pelo menos uma cache feita) à data da aplicação do questionário, em Outubro de 2014, revela que os respondentes contam em média com mais 8,4 meses de experiência (refinando a unidade de análise ao nível do dia, para os 445 que optaram por revelar o seu *username* no geocaching.com essa discrepância desce para a metade), situando-se, relativamente ao ano de início, a sua mediana no ano de 2011 por comparação com o ano de 2012 para o universo geocacher em geral.

Que os geocachers respondentes tenham um valor estimado em média entre um mínimo de 4 meses (objectivamente conhecido ao dia para a subamostra não anónima) e até um máximo de 8 meses (inferido para o total da amostra tendo como unidade grosseira o ano de início, ademais declarado de memória) não parece todavia uma desvantagem, atendendo a que a sua repartição é consistente e por outro os valores para a população em geral não são necessariamente significativos, uma vez que incluem uma fatia substancial de indivíduos que praticam a actividade de forma muito esporádica (15600 fizeram menos de 20 geocaches, dos quais 7048 menos de 10 e 1771 menos de 5).

**Figura H.2 - Distribuição de geocachers pelo ano de início (%)**



O cruzamento da longevidade com a frequência revela que os respondentes correspondem ao estrato dos “comprometidos” sem, porém, serem eminentemente os “fanáticos”, reunido as características desejáveis (ver quadros na página seguinte).

### Quadro H.7 – Estatísticas comparativas das características da amostra com o universo geocacher

Ano em que registou no geocaching.com. Geocachers com pelo menos uma cache feita

N	Válido	39787
	Ausente	0
Média		2011,43
Mediana		2012,00
Desvio Padrão		1,981
Intervalo		13
Mínimo		2001
Máximo		2014

Ano em que declara (de memória) ter experimentado o geocaching pela primeira vez. Amostra

N	Válido	513
	Ausente	76
Média		2010,73
Mediana		2011,00
Desvio Padrão		2,571
Intervalo		13
Mínimo		2001
Máximo		2014

Membro desde (geocachers c/ pelo menos uma cache feita). Ao dia.

N	Válido	39845
	Ausente	0
Média		02-DEC-2011
Mediana		27-APR-2012
Desvio Padrão		717 23:49:28,969
Intervalo		4996 00:00:00
Mínimo		02-FEB-2001
Máximo		08-OCT-2014

Membro desde (subamostra de geocachers que revelaram o username). Ao dia.

N	Válido	445
	Ausente	144
Média		31-JUL-2011
Mediana		23-JAN-2012
Desvio Padrão		801 19:23:04,222
Intervalo		4569 00:00:00
Mínimo		27-MAR-2002
Máximo		29-SEP-2014

*Founds* Totais subamostra

N	Válido	445
	Ausente	144
Média		719,24
Mediana		386,00
Desvio Padrão		854,722
Intervalo		7700
Mínimo		4
Máximo		7704

*Founds* Totais (pop. c/ 4 ou mais caches)

N	Válido	38418
	Ausente	0
Média		149,91
Mediana		31,00
Desvio Padrão		508,274
Intervalo		18591
Mínimo		4
Máximo		18595

### Quadro H.8 - No conjunto dos *hobbies* que mantém, qual o lugar ocupado pelo geocaching?

	Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem acumulativa
Válido	Nada importante. Tenho um interesse muito marginal pelo geocaching.	9	1,8	1,8
	Pouco importante. Tenho outros <i>hobbies</i> que me interessam mais.	50	9,7	9,7
	Importante. É um dos meus <i>hobbies</i> preferidos.	335	65,3	65,3
	Muito importante. É o meu <i>hobby</i> principal.	119	23,2	23,2
	Total	513	100,0	100,0

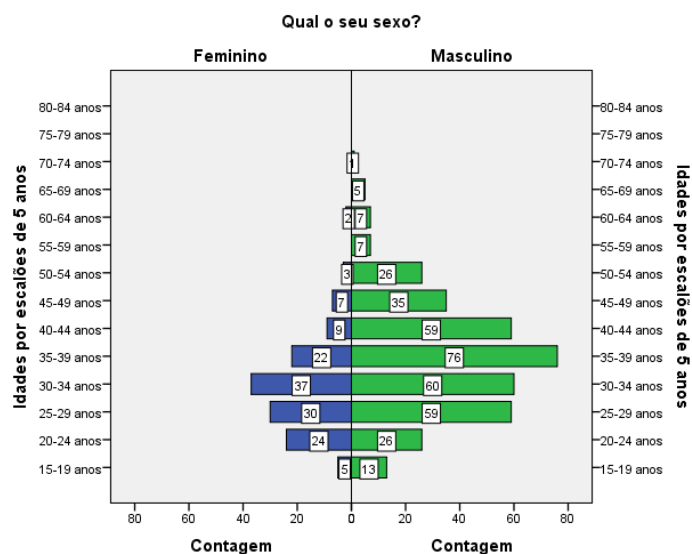
#### H.4.1.9 ELEMENTOS DEMOGRÁFICOS DA SUB-AMOSTRA DE GEOCACHERS CONSIDERADA ISOLADAMENTE

Supra (p. LXIX e seg.s), fazemos uma caracterização das principais variáveis sociodemográficas do total dos 589 indivíduos que compõem a amostra. Aqui apresentamos os mesmos

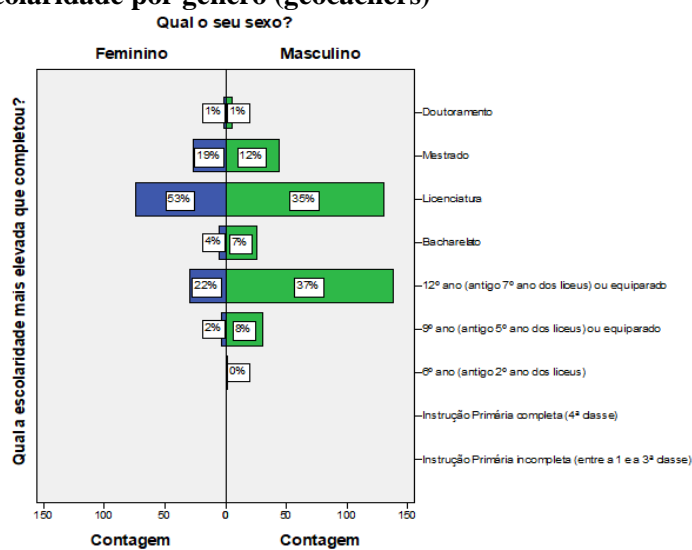


elementos, porém considerando apenas os 513 indivíduos com experiência de geocaching.

**Figura H.3 - Pirâmide etária de respondentes por escalões de 5 anos, segundo o género (geocachers)**



**Figura H.4 - Nível de escolaridade por género (geocachers)**



**Quadro H.9 - Qual o seu estado civil? (Geocachers)**

	Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa
Válido	Casado(a)	197	38,4	38,4
	Em União de Facto há menos de dois anos	22	4,3	42,7
	Em União de Facto há mais de dois anos	68	13,3	55,9
	Solteiro(a)	202	39,4	95,3
	Divorciado(a). Isto é, legalmente separado(a).	23	4,5	99,8
	Viúvo(a)	1	,2	100,0
	Total	513	100,0	100,0

**Quadro H.10 - Rendimento líquido do agregado (Escalões). Geocachers**

	Frequência	Percentagem	Percentagem válida	Percentagem cumulativa	
Válido	Menos de 458 Euros mensais (J)	8	1,6	2,0	2,0
	Entre 458 e 625 Euros mensais (R)	20	3,9	5,1	7,1
	Entre 626 e 833 Euros mensais (C)	31	6,0	7,9	15,0
	Entre 834 e 1000 Euros mensais (M)	23	4,5	5,9	20,9
	Entre 1001 e 1167 Euros mensais (E)	33	6,4	8,4	29,3
	Entre 1168 e 1417 Euros mensais (S)	51	9,9	13,0	42,2
	Entre 1418 e 1667 Euros mensais (K)	36	7,0	9,2	51,4
	Entre 1668 e 2083 Euros mensais (P)	42	8,2	10,7	62,1
	Mais de 2917 Euros mensais (H)	33	6,4	8,4	70,5
	N.S./N.R.	116	22,6	29,5	100,0
	Total	393	76,6	100,0	
Omisso	120	23,4			
Total	513	100,0			

## ANEXO I NOTAS DE PROCEDIMENTO SOBRE O TRATAMENTO DOS LOGS DOS GEOCACHERS RESPONDENTES AO INQUÉRITO (ANÁLISE DE PRODUTOS VIRTUAIS)

Relativamente à interpretação levada a cabo acima, 8.2.3.2, p.201 e seg.s, cada *log* tem associado um dado número de características passíveis de ser alvo de extracção de significado que tiverem que ser ponderadas e despistadas. Porque os resultados dificilmente se compreendem sem perceber o raciocínio por detrás do tratamento dos dados, optamos por descrever aqui os processos que levaram à sua produção.

Numa primeira etapa foi possível através do *scrapping* das respectivas páginas web obter **425649 logs** de 396 geocachers de um total de 447 respondentes ao nosso questionário que optaram por declarar os respectivos nomes de utilizador no sítio geocaching.com, incluindo 352 logs correspondentes a caches Premium, acessíveis apenas a membros pagantes cujo pleno dos elementos foi impossível obter. Seja, uma média de aproximadamente 1077 logs por indivíduo (incluindo geocaches executadas em Portugal e no estrangeiro) no dito sítio até 19 de Agosto de 2015. Estes apresentavam-se com a distribuição por Tipo de Log e por Tipo de Cache que se apresentam no Quadro I.1 e no Quadro I.2.

**Quadro I.1 - Registos virtuais (logs) dos respondentes ao inquérito segundo o tipo**

Tipo de Log	Freq.	%	% válida	% cumulativa
Log Premium	352	,1	,1	,1
Announcement	262	,1	,1	,1
Archive	750	,2	,2	,3
Attended	5647	1,3	1,3	1,6
Didn't find it	18040	4,2	4,2	5,9
Enable Listing	2782	,7	,7	6,5
Found it	363589	85,4	85,4	92,0
Needs Archived	332	,1	,1	92,0
Needs Maintenance	4341	1,0	1,0	93,1
Owner Maintenance	3765	,9	,9	93,9
Post Reviewer Note	3	,0	,0	93,9
Temporarily Disable Listing	3177	,7	,7	94,7
Update Coordinates	966	,2	,2	94,9
Webcam Photo Taken	100	,0	,0	94,9
Will Attend	5294	1,2	1,2	96,2
Write note	16249	3,8	3,8	100,0
Total	425649	100,0	100,0	

**Quadro I.2 - Registos virtuais (logs) dos respondentes ao inquérito pelo tipo de cache**

Tipo de Cache	Freq.	%	% válida	% cumulativa
Log Premium	352	,1	,1	,1
Cache In Trash Out Event	681	,2	,2	,2
Earthcache	4920	1,2	1,2	1,4
Event Cache	12502	2,9	2,9	4,3
Groundspeak HQ	1	,0	,0	4,3
Letterbox Hybrid	2483	,6	,6	4,9
Locationless (Reverse) Cache	78	,0	,0	4,9
Lost and Found Event Cache	38	,0	,0	4,9
Mega-Event Cache	548	,1	,1	5,1
Multi-cache	27340	6,4	6,4	11,5
Traditional Cache	339411	79,7	79,7	91,2

Unknown Cache	35339	8,3	8,3	99,5
Virtual Cache	980	,2	,2	99,8
Webcam Cache	104	,0	,0	99,8
Wherigo Cache	872	,2	,2	100,0
Total	425649	100,0	100,0	

Numa segunda etapa, tendo-se processado a localização dos *logs* a partir da respectiva descrição, fez-se a sua decomposição em duas variáveis: **País** e **região do país**. Este processo esteve inerentemente limitado pelas opções do próprio sítio que só permite discricionariamente a subclassificação por região para alguns países, aparentemente os de maior dimensão.

Dos diversos tipos de *logs* apenas quatro correspondem a actos de deslocação física:

- *Found it* (correspondente à deslocação para busca com sucesso);
- *Didn't find it* (correspondente à deslocação para busca sem sucesso);
- *Attended* (correspondente à participação num Evento);
- *Webcam Photo Taken* (correspondente à deslocação ao local onde está uma webcam, colocando-se em frente dela e capturando a respectiva foto em tempo real).

Os demais tipos de *log* correspondem a interações de tipo administrativo, manifestos de intenções ou meramente formas de manutenção de diálogo que raramente correspondem a deslocações efectivas e nos poucos casos em que tal possa suceder é impossível aferi-lo sem uma leitura individual o que, dado o volume, se revelaria impossível.

Assim, numa terceira etapa, descartaram-se todos os *logs* não correspondentes aos quatro tipos supra enunciados (38273), tendo-se assim reduzido o número destes para 387376.

Virando-nos depois para os tipos de geocache. Um deles em particular constitui uma forma virtualizada [“Locationless (Reverse) Cache”] em que o respectivo registo não corresponde a uma deslocação a um local concreto conhecido. Assim, numa quarta etapa subsequente, tendo em vista analisar os padrões de deslocação implicando efectivo e conhecido movimento bem como as dinâmicas transfronteiriças, expurgaram-se todos estes registos de deslocação incerta (51 casos) tendo restado 387325 registos de *logs*. Destes retiraram-se ainda 511 registos correspondentes a dois geocachers com endereço em Portugal, mas que habitualmente residem no estrangeiro que se entendeu introduzirem distorção, restando **386814 registos**.

Numa quinta etapa, expurgaram-se os *logs* de utilizadores cuja localização precisa (latitude e longitude) não era conhecida, sendo-o apenas ao nível do concelho, tida por insuficiente quando se tinha em vista calcular as distâncias. Omitiram-se ainda os registos de geocaches feitas no estrangeiro. Restaram 194764 registos de 207 indivíduos.

Calculou-se de seguida a distância entre o local de residência e o *log* da cache empregando uma fórmula simplificada que assume que a Terra é uma esfera perfeita com um raio de 6371 Km no equador o que não sendo rigorosamente exacto permite ainda assim obter um resultado com erro negligenciável.

Nestas condições, pudemos finalmente obter indicadores que permitam comparar e atribuir valores concretos às dinâmicas de deslocação dos jogadores respondentes ao nosso inquérito no território nacional em função da distância entre a residência e as acções respectivamente de consumo e de produção de caches (tendo obtido e trabalhado os elementos das segundas a partir da base de dados do geocaching.com, compilada localmente pelo sítio geopt.org).

## ANEXO J NOTAS DE PROCEDIMENTO SOBRE FONTES E CRUZAMENTO DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA

Para melhor compreender a actividade, as prioridades e os motivos de atracção dos geocachers relativamente ao território (acima, 8.2.4, p.211 e seg.s) optámos como estratégia por cruzar a distribuição espacial, a cronologia de colocação e as características individuais das geocaches<sup>280</sup> (42 variáveis) com diversos tipos de informação geoespacial passível de caracterizar o seu contexto de implantação.

Designadamente:

- A informação georreferenciada relativa aos Censos 2011, disponibilizada pelo Instituto Nacional de Estatística (INE)<sup>281</sup>. Agrupando um total de 121 variáveis sociodemográficas repartidas por 288290 polígonos (255844 relativos ao território continental) correspondentes, ao nível da vizinhança, à unidade mais pequena considerada na execução do instrumento de recolha (bgri11) e complementarmente categorizados e passíveis de agregação aos subníveis NUTS, municipal, por freguesia, subsecção de freguesia e lugar.
- A Carta de Uso e Ocupação do Solo de Portugal Continental (COS), disponibilizada pela actual Direcção Geral do Território (DGT)<sup>282</sup>, incluindo informação relativa ao ano de 2007, repartindo o território em 456705 polígonos classificados em 5 níveis, indo desde os “territórios artificializados”, “áreas agrícolas e agro-florestais” “florestas e meios naturais e seminaturais”, “zonas húmidas” e “corpos de água”, no seu nível mais elevado, até 193 categorias, no seu nível mais detalhado.
- O inventário do património nacional classificado e não classificado mantido através do Sistema de Informação para o Património Arquitectónico (SIPA)<sup>283</sup>, sob égide da Direcção Geral do Património Cultural, incluindo 26564 registos geolocalizados de unidades de património integrando para cada entrada cerca de uma dezena de campos descritivos
- A informação geoespacial relativamente às áreas protegidas disponibilizada pelo Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF)<sup>284</sup>
- A informação vectorial disponibilizada pelo projecto OpenStreetMaps (OSM)<sup>285</sup>, mormente relativa à rede viária nacional (725925 linhas/troços), às linhas de água (21106) e aos corpos de água (20582).
- O modelo digital de elevação do terreno (DEM) Aster v2 disponibilizado pelo NASA<sup>286</sup> com uma resolução de aproximadamente 30 metros, pese embora uma ortorectificação aquém do ideal.
- O Atlas Urbano disponibilizado em 2010 pela European Environmental Agency<sup>287</sup>, incluindo informação relativamente a 9 grandes áreas urbanas nacionais. Usado eminentemente para cotejamento com e como elemento de controlo da COS.
- A Carta Administrativa Oficial de Portugal (CAOP), disponibilizada anualmente pela DGT. Usado eminentemente como elemento de controlo da reagregação dos polígonos da informação do INE. Por uma questão de consistência (mormente com os dados dos Censos) considerou-se a repartição do território por freguesias consoante exista em 2011 e pré o seu

<sup>280</sup> Fonte: <http://www.geopt.org/index.php/caches/listagem-excel>. Empregou-se informação actualizada à data de 02 de Março de 2017, elencando um total de 62921 casos (incluindo os arquipélagos).

<sup>281</sup> Fonte: <http://mapas.ine.pt/download/index2011.phtml>.

<sup>282</sup> Fonte:

[http://www.dgterritorio.pt/cartografia\\_e\\_geodesia/cartografia/cartografia\\_tematica/carta\\_de\\_ocupacao\\_do\\_solo\\_cos/cos\\_2007/](http://www.dgterritorio.pt/cartografia_e_geodesia/cartografia/cartografia_tematica/carta_de_ocupacao_do_solo_cos/cos_2007/). Optou-se por trabalhar ao segundo nível, disponibilizando um total de 15 categorias.

<sup>283</sup> Fonte: <http://www.monumentos.pt>. Dada a efectiva indisponibilidade dos serviços WFS optou-se pelo *scrapping* da respectiva base de dados subsequentemente reconstruída localmente.

<sup>284</sup> Fonte: <http://www.icnf.pt/portal/florestas/dpci/inc/info-geo>

<sup>285</sup> Fonte: <http://download.geofabrik.de/europe/portugal.html>

<sup>286</sup> Fonte: <http://reverb.echo.nasa.gov>

<sup>287</sup> Fonte: <http://www.eea.europa.eu/data-and-maps/data/urban-atlas>

subsequente reordenamento.

As diversas fontes de informação foram reduzidas em comum ao sistema de coordenadas PT-TM06/ETRS89 (EPSG:3763) e convertidas em bases de dados PostGIS efectuando-se os subsequentes tratamento e cálculos alternadamente em QGis, em ArcMap e em SPSS. A análise, focou-se, neste caso, apenas sobre o território de Portugal continental: 1) por comodidade de meios (evitando a triplicação de esforços na manipulação dos dados); 2) por consistência das fontes de informação disponíveis (nem sempre cobrindo o território insular); 3) porque a realidade dos arquipélagos atlânticos configura características a nosso ver incomparáveis com a continental (mormente em matéria de cálculo de distâncias. Assim, por ex. um geocacher residente no continente pode facilmente empreender ao fim-de-semana, de forma rotineira, deslocações de algumas centenas de quilómetros, enquanto cada arquipélago constitui um micro-universo de rotinas excursionistas potencialmente mais contidas).

Como nota metodológica e lição aprendida, em matéria de ferramentas informáticas, é de salientar que a solução proprietária se revelou substancialmente mais eficiente na manipulação de grandes volumes de dados. Assim, por exemplo, a classificação dos pontos das aprox. 60 mil geocaches em função dos aprox. 450 mil polígonos com o tipo de contexto da COS que com o *plugin* NNJoin demora em QGis cerca de dois dias (48 horas) faz-se no ArcMap em cerca de 1 minuto (60 segundos).

A solução ArcGIS contempla ainda funcionalidades adicionais ausentes do QGis, como sejam, no caso do tratamento dos polígonos, a possibilidade da agregação estatística das respectivas variáveis a par e passo com e não apenas da respectiva geometria. Em contrapartida o QGis admite uma manipulação mais flexível na forma como a informação é representada e as suas diversas fontes integradas, disponibilizando um rico conjunto de *plugins* para fins particulares. Já o SPSS, que a partir da versão 23, inclui uma opção para a “modelagem espacial e temporal” revelou fortes óbices e falta de robustez, mormente, na nossa experiência, a incapacidade de executar a análise para mais de aprox. 500 polígonos.

## ANEXO K TIPOS DE CACHES E RESPECTIVAS CARACTERÍSTICAS

Como condição para avaliar o prosumo como forma de produção-reprodução (levado a cabo acima, 8.1.4, p.180 e seg.s) é útil entender a natureza da oferta-procura em função dos tipos de caches disponíveis e das suas características particulares, que seguidamente se descrevem sinteticamente:

- **Cache tradicional.** Consiste num recipiente único cujas coordenadas são explicitamente dadas. O jogador dirige-se directamente a um local e deve aí procurar o contentor, o qual pode envolver graus variáveis de dissimulação. Pode, não obstante, ser acompanhada do fornecimento de pistas e designadamente pontos sugeridos de acesso (por exemplo, onde deixar o carro, onde começa o trilho que leva à cache etc...).
- **Multi-Cache.** Implica a necessidade de visitar um conjunto de dois ou mais locais como requisito para chegar à cache final, cuja localização precisa não é de antemão dada. Tipicamente em cada etapa intermédia o jogador reúne informação que lhe permite proceder para a etapa seguinte. Esta informação pode ser incluída dentro de um contentor próprio ou pode meramente consistir na recolha de elementos para efectuar um cálculo que determina as coordenadas do ponto subsequente ou final.
- **Caches mistério ou enigma.** Categoria genérica e relativamente aberta cujos limites tendencialmente se distinguem das anteriores por ao invés de implicar a deslocação a locais para obter informação propor como o nome indicia a resolução de mistérios, enigmas ou quebra-cabeças dados na página contendo a descrição da própria cache, os quais podem ser resolvidos antecipadamente.
- **Letterbox Híbrido.** Integração no geocaching da prática do *letterboxing* (ver a descrição da origem desta na p. XLIX). Adicionalmente aos elementos tradicionais (*logbook*, *stashnote*, prendas para troca) o contentor final inclui um carimbo convidando os jogadores a proceder à sua colecção em caderneta. De outra forma processualmente são tipicamente idênticos às multi-caches.
- **Wherigo.** Um tipo de cache que se elabora e procura usando ferramentas de *software* próprias que permitem a construção de uma forma de “realidade virtual” fazendo acompanhar os percursos e as diversas etapas de elementos *richmedia* que consentem ao jogador interagir não só com o meio físico como com o ambiente virtual. Ainda que a ferramenta de concepção ofereça um ambiente gráfico, requer competências de programação básicas na elaboração do respectivo “cartucho”.
- **Eventos.** Um tipo de cache análoga às *venues* do FourSquare. Consiste na realização de um evento em dado dia e hora agendados. O “found” neste caso converte-se num “attended”, correspondente à declaração de participação. São, por conseguinte, caches com janelas temporais de disponibilidade limitadas.
- **Mega-Evento Cache.** Idêntico ao anterior com a diferença que o objectivo explícito é reunir o máximo possível de participantes fazendo tipicamente acompanhar-se da realização de uma série de actividades paralelas (por exemplo, a participação numa refeição, a execução de um número variáveis de caches tradicionais colocadas para coincidir com o acontecimento etc..).
- **Eventos CITO.** Um tipo de evento norteado pela filosofia “*cache in, trash out*”. Consiste numa reunião de jogadores tendo em vista a requalificação de um dado local, seja limpando-o de detritos seja alternativa ou adicionalmente empreendendo um esforço de reflorestação, de recuperação de um trilho etc...
- **EarthCache.** Um tipo de cache em que o local a visitar é escolhido em função do seu valor emblemático do ponto de vista das ciências naturais e mormente da geologia. Em função da sensibilidade dos lugares frequentemente é um tipo de cache sem contentor em que a presença física se confirma por fotografia ou pelo fornecimento ao autor da resposta a dada questão a partir de dados que se podem obter localmente.

Outras categorias menos comuns que se podem encontrar como resquício histórico, tendo sido, entretanto indisponibilizada a criações de novos casos incluem:

- **Webcam Cache.** Retira partido da disponibilidade de *streams* de vídeo em tempo real na Internet através de *webcams* de acesso público. Tipicamente para poder registar a execução da cache o utilizador deveria deslocar-se ao local e colher uma imagem em que surge no enquadramento.

- **Cache Virtual.** Um tipo de cache em que não existe recipiente físico. A sua execução depende de provar ter-se deslocado ao local através do fornecimento de dados elementos (por exemplo contar dado número de objectos e fornecer a resposta ao *owner*).
- **Locationless Cache.** Um tipo de desafio em que ao invés de ter de se deslocar a coordenadas de antemão dadas o indivíduo deve antes encontrar ele próprio um local cujas características se enquadrem no que é solicitado. Por exemplo, locais associados a “Ramalho Ortigão” em que seriam por hipótese registáveis estátuas e ruas com o nome do escritor. Parte do desafio residiria em cada local associado só poderia ser registado uma vez, devendo cada novo jogador encontrar outro diferente.
- **Lost And Found Event.** Um tipo de evento especial, realizado durante o ano de 2010, a propósito da celebração dos 10 anos do Geocaching.

### K.1.1 INVENTÁRIO INFORMAL DO ESPECTRO DE OPORTUNIDADES DE RECREIO

Em consonância com o anterior descrito, uma forma complementar de entender o interesse suscitado pelo geocaching consiste em ver na sua extensa base de dados em que cada geocache é um registo de geração espontânea, um **inventário informal do espectro possível das oportunidades de recreio**<sup>288</sup>

Dentro da lógica da Web 2.0 este catálogo das oportunidades de consumo, contra o qual cada indivíduo poderia cotejar as suas expectativas e interesses, seleccionado o que lhe interessa, proporia uma taxonomia em que os “tipos de experiência” possíveis não se esgotam nos “tipos oficiais”. De facto, os utilizadores lograram convencionar informalmente outros sistemas classificatórios, sem os quais uma “taxonomia” das geocaches não estaria completa, constituindo formas que permitem reconhecer e agregar as caches aplicando na prática certos prefixos ou sufixos às respectivas designações. São disso exemplo os:

- **PowerTrails.** Conjunto volumoso de caches repartidas ao longo de um dado trilho, pensadas para ser feitas em sequência.
- **“Séries”.** Consistem na subordinação de um conjunto de caches a uma temática unificadora (por exemplo, caches em “castelos” ou em fortes das “linhas de torres”). Neste caso, as caches podem apresentar-se bastantes dispersas geograficamente e por vezes, a execução das suas diferentes partes pode levar à recolha de elementos que como “objectivo” permitam a atribuição de um *badge* virtual ou a execução de uma cache específica, apenas acessíveis a quem executou a totalidade da série.
- **Travel Bug Hotel.** Um tipo de cache tipicamente localizada na imediação de um aeroporto, como plataforma estratégica, cujo objectivo específico é deixar e recolher *travelbugs*.

---

<sup>288</sup> Cooptamos aqui o conceito avançado no final da década de 70 do século passado sob égide do Serviço Florestal do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDAF) à laia de *framework* interpretativo passível de orientar o planeamento, gestão, inventário e pesquisa das políticas públicas em matéria do uso recreativo dos espaços naturais (Clark & Stankey, 1979). Cada lugar é assim concebido como oferecendo uma “oportunidade recreativa” com um “valor” variável em função da combinação de factores físicos, biológicos, sociais e de gestão. Os esforços das agências do governo federal, num país dotados de parques particularmente extensos revelaram-se a muitos títulos pioneiros, mormente através da tipificação dos diversos níveis de experiência em função da exigência em matéria de esforço físico, da solidão dos lugares, da necessidade de diversos graus de conhecimentos técnicos (mormente de técnicas de escalada, canoagem etc...) e de equipamento etc...



## ANEXO L CATEGORIAS DE PATRIMÓNIO APLICADAS AO INVENTÁRIO DAS GEOCACHES

**Figura L.1 – Categorias SIPA aplicadas ao inventário de geocaches**

	FREQUENCY	% SHOWN	% PROCESSED	% TOTAL	NO. CASES	% CASES	TF • IDF
CERCA	14395	4,73%	0,11%	0,11%	9671	18,48%	10555,4
VIA*	12035	3,95%	0,09%	0,09%	6834	13,06%	10639,8
FORTE*	14134	4,64%	0,10%	0,10%	6517	12,45%	12787,0
ESTRADA*	9529	3,13%	0,07%	0,07%	5756	11,00%	9134,7
PARQUE*	11576	3,80%	0,08%	0,08%	5561	10,63%	11270,3
IGREJA*	14393	4,73%	0,11%	0,11%	5388	10,30%	14210,4
CAPELA*	13766	4,52%	0,10%	0,10%	5134	9,81%	13880,1
MONTE*	9456	3,10%	0,07%	0,07%	5072	9,69%	9584,3
PORTA*	7058	2,32%	0,05%	0,05%	4529	8,65%	7500,8
LINHA*	11567	3,80%	0,08%	0,08%	4399	8,41%	12439,0
PONTE*	9529	3,13%	0,07%	0,07%	4135	7,90%	10503,5
CASTELO*	8435	2,77%	0,06%	0,06%	4038	7,72%	9384,6
TORRE*	6729	2,21%	0,05%	0,05%	3545	6,77%	7867,1
QUINTA*	7157	2,35%	0,05%	0,05%	3139	6,00%	8745,5
FORTE*	4501	1,48%	0,03%	0,03%	2689	5,14%	5802,5
LAGO*	6003	1,97%	0,04%	0,04%	2536	4,85%	7891,5
MATA*	4429	1,45%	0,03%	0,03%	2520	4,82%	5834,5
ÁRVORE*	3560	1,17%	0,03%	0,03%	2221	4,24%	4885,0
MARCO*	3705	1,22%	0,03%	0,03%	2158	4,12%	5130,3
JARDIM*	3930	1,29%	0,03%	0,03%	1804	3,45%	5747,6
MIRADOURO*	3095	1,02%	0,02%	0,02%	1788	3,42%	4538,4
CÂMARA_MUNICIPAL*	2339	0,77%	0,02%	0,02%	1763	3,37%	3444,2
MEMÓRIA*	2082	0,68%	0,02%	0,02%	1759	3,36%	3067,8
MUSEU*	3387	1,11%	0,02%	0,02%	1585	3,03%	5143,9
TEMPLO*	2139	0,70%	0,02%	0,02%	1358	2,60%	3392,1
ERMIDA*	2537	0,83%	0,02%	0,02%	1301	2,49%	4070,5
BARRAGEM*	2960	0,97%	0,02%	0,02%	1225	2,34%	4826,6
CONVENTO*	2471	0,81%	0,02%	0,02%	1165	2,23%	4083,1
CAFÉ*	1761	0,58%	0,01%	0,01%	1157	2,21%	2915,2
FUNDAÇÃO*	1711	0,56%	0,01%	0,01%	1147	2,19%	2838,9
POÇO*	2351	0,77%	0,02%	0,02%	1109	2,12%	3935,1
CASAL	1871	0,61%	0,01%	0,01%	1084	2,07%	3150,2
LEVADA*	2603	0,85%	0,02%	0,02%	1020	1,95%	4451,5
BANCO*	1249	0,41%	0,01%	0,01%	1017	1,94%	2137,6
JUNTA_DE_FREGUESIA*	1196	0,39%	0,01%	0,01%	1015	1,94%	2047,9
SOLAR*	1523	0,50%	0,01%	0,01%	1015	1,94%	2607,8
MOSTEIRO*	2136	0,70%	0,02%	0,02%	1006	1,92%	3665,7
MINA*	2424	0,80%	0,02%	0,02%	995	1,90%	4171,5
CRUZEIRO*	1701	0,56%	0,01%	0,01%	993	1,90%	2928,8
HOSPITAL*	1808	0,59%	0,01%	0,01%	929	1,78%	3165,3

## CXVI

CLUBE*	2452	0,80%	0,02%	0,02%	914	1,75%	4310,1
MERCADO*	1292	0,42%	0,01%	0,01%	880	1,68%	2292,3
FÁBRICA*	1762	0,58%	0,01%	0,01%	847	1,62%	3155,5
CANAL*	1873	0,61%	0,01%	0,01%	828	1,58%	3372,7
SANTUÁRIO*	1487	0,49%	0,01%	0,01%	827	1,58%	2678,4
TANQUE*	1213	0,40%	0,01%	0,01%	800	1,53%	2202,4
RESTAURANTE*	936	0,31%	0,01%	0,01%	768	1,47%	1716,0
PALÁCIO*	1598	0,52%	0,01%	0,01%	738	1,41%	2957,4
FERROVIÁRIA*	1164	0,38%	0,01%	0,01%	736	1,41%	2155,6
FLUVIAL*	1099	0,36%	0,01%	0,01%	726	1,39%	2041,7
ABRIGO*	956	0,31%	0,01%	0,01%	722	1,38%	1778,4
CASCATA*	1231	0,40%	0,01%	0,01%	720	1,38%	2291,4
PISCINA*	1068	0,35%	0,01%	0,01%	704	1,35%	1998,4
LAGAR*	1217	0,40%	0,01%	0,01%	693	1,32%	2285,5
FORNO*	1189	0,39%	0,01%	0,01%	667	1,27%	2252,7
PARQUE_INFANTIL*	753	0,25%	0,01%	0,01%	633	1,21%	1443,8
ILHAS*	842	0,28%	0,01%	0,01%	594	1,14%	1637,7
POMBAL*	1026	0,34%	0,01%	0,01%	590	1,13%	1998,5
PADRÃO*	954	0,31%	0,01%	0,01%	565	1,08%	1876,2
UNIVERSIDADE*	882	0,29%	0,01%	0,01%	564	1,08%	1735,3
TÚNEL*	894	0,29%	0,01%	0,01%	544	1,04%	1772,9
ANTA*	1188	0,39%	0,01%	0,01%	523	1,00%	2376,3
INSTITUTO*	776	0,25%	0,01%	0,01%	519	0,99%	1554,8
MURALHAS*	713	0,23%	0,01%	0,01%	516	0,99%	1430,3
TEATRO*	988	0,32%	0,01%	0,01%	509	0,97%	1987,9
ALBERGARIA*	1104	0,36%	0,01%	0,01%	508	0,97%	2222,2
NICHO*	879	0,29%	0,01%	0,01%	506	0,97%	1770,8
CEMITÉRIO*	723	0,24%	0,01%	0,01%	500	0,96%	1460,3
CHAFARIZ*	1147	0,38%	0,01%	0,01%	495	0,95%	2321,7
CAIS*	878	0,29%	0,01%	0,01%	488	0,93%	1782,6
CALDEIRA*	956	0,31%	0,01%	0,01%	472	0,90%	1954,8
RELÓGIO*	729	0,24%	0,01%	0,01%	471	0,90%	1491,3
HOTEL*	1014	0,33%	0,01%	0,01%	463	0,88%	2081,9
EIRA*	947	0,31%	0,01%	0,01%	457	0,87%	1949,7
MARÍTIMA*	755	0,25%	0,01%	0,01%	447	0,85%	1561,7
GALERIA*	611	0,20%	0,00%	0,00%	431	0,82%	1273,5
BIBLIOTECA*	862	0,28%	0,01%	0,01%	421	0,80%	1805,4
AÇUDE*	749	0,25%	0,01%	0,01%	413	0,79%	1575,0
TAPADA*	906	0,30%	0,01%	0,01%	408	0,78%	1909,9
QUARTEL*	568	0,19%	0,00%	0,00%	398	0,76%	1203,5
ESTÁDIO*	916	0,30%	0,01%	0,01%	392	0,75%	1946,9
DRIVE_IN*	519	0,17%	0,00%	0,00%	387	0,74%	1106,0
ESCOLA_PRIMÁRIA*	462	0,15%	0,00%	0,00%	381	0,73%	987,7
SÉ	581	0,19%	0,00%	0,00%	369	0,71%	1250,1
RODOVIÁRIA*	391	0,13%	0,00%	0,00%	365	0,70%	843,2
AQUEDUTO*	1036	0,34%	0,01%	0,01%	362	0,69%	2237,8

PELOURINHO*	669	0,22%	0,00%	0,00%	356	0,68%	1449,9
FAROL*	951	0,31%	0,01%	0,01%	346	0,66%	2072,9
VILLA	712	0,23%	0,01%	0,01%	346	0,66%	1551,9
LOJA*	404	0,13%	0,00%	0,00%	340	0,65%	883,7
FORTALEZA*	563	0,18%	0,00%	0,00%	334	0,64%	1235,8
ALMINHAS*	592	0,19%	0,00%	0,00%	332	0,63%	1301,0
ARQUIVO*	399	0,13%	0,00%	0,00%	332	0,63%	876,8
CALVÁRIO*	669	0,22%	0,00%	0,00%	320	0,61%	1480,9
VIGIA	555	0,18%	0,00%	0,00%	318	0,61%	1230,1
APEADEIRO*	980	0,32%	0,01%	0,01%	303	0,58%	2192,6
HERDADE*	473	0,16%	0,00%	0,00%	302	0,58%	1058,9
TORRE_SINEIRA*	349	0,11%	0,00%	0,00%	298	0,57%	783,3
TERMAS*	562	0,18%	0,00%	0,00%	296	0,57%	1263,1
CINEMA*	566	0,19%	0,00%	0,00%	278	0,53%	1287,5
OFICINA*	356	0,12%	0,00%	0,00%	277	0,53%	810,3
BALNEÁRIO*	346	0,11%	0,00%	0,00%	258	0,49%	798,3
LOTA*	289	0,09%	0,00%	0,00%	256	0,49%	667,7
ADEGA*	435	0,14%	0,00%	0,00%	255	0,49%	1005,8
ATALAIA*	502	0,16%	0,00%	0,00%	251	0,48%	1164,2
REFÚGIO*	283	0,09%	0,00%	0,00%	250	0,48%	656,8
PARQUE_DE_CAMPISMO*	385	0,13%	0,00%	0,00%	248	0,47%	894,9
SALINA*	508	0,17%	0,00%	0,00%	240	0,46%	1188,0
SALÃO*	304	0,10%	0,00%	0,00%	238	0,45%	712,0
CADEIA*	311	0,10%	0,00%	0,00%	237	0,45%	729,0
RESERVATÓRIO*	380	0,12%	0,00%	0,00%	236	0,45%	891,4
CORETO*	344	0,11%	0,00%	0,00%	220	0,42%	817,5
TRIBUNAL*	291	0,10%	0,00%	0,00%	216	0,41%	693,8
FACULDADE*	336	0,11%	0,00%	0,00%	213	0,41%	803,2
ABADIA*	259	0,09%	0,00%	0,00%	212	0,41%	619,6
POUSADA*	308	0,10%	0,00%	0,00%	210	0,40%	738,1
AEROPORTO*	425	0,14%	0,00%	0,00%	209	0,40%	1019,4
ANFITEATRO*	237	0,08%	0,00%	0,00%	206	0,39%	570,0
COMPLEXO_DESPORTIVO*	280	0,09%	0,00%	0,00%	203	0,39%	675,1
OBSERVATÓRIO*	281	0,09%	0,00%	0,00%	200	0,38%	679,4
REPRESA*	283	0,09%	0,00%	0,00%	200	0,38%	684,2
ESTUFA*	314	0,10%	0,00%	0,00%	199	0,38%	759,8
MORADIA*	241	0,08%	0,00%	0,00%	198	0,38%	583,7
NECRÓPOLE*	311	0,10%	0,00%	0,00%	197	0,38%	753,9
COLÉGIO*	345	0,11%	0,00%	0,00%	194	0,37%	838,7
LAR	230	0,08%	0,00%	0,00%	192	0,37%	560,2
TERMINAL*	266	0,09%	0,00%	0,00%	192	0,37%	647,8
GERADOR*	210	0,07%	0,00%	0,00%	188	0,36%	513,4
CABANA*	332	0,11%	0,00%	0,00%	187	0,36%	812,4
VIVEIRO*	309	0,10%	0,00%	0,00%	185	0,35%	757,5
AUDITÓRIO*	234	0,08%	0,00%	0,00%	184	0,35%	574,2
ASSEMBLEIA*	224	0,07%	0,00%	0,00%	182	0,35%	550,7

## CXVIII

FÓRUM*	294	0,10%	0,00%	0,00%	182	0,35%	722,8
CAMPANÁRIO*	257	0,08%	0,00%	0,00%	181	0,35%	632,5
GRANJA*	316	0,10%	0,00%	0,00%	181	0,35%	777,7
CATEDRAL*	240	0,08%	0,00%	0,00%	176	0,34%	593,6
PALHEIRO*	294	0,10%	0,00%	0,00%	175	0,33%	727,9
CEGONHA*	346	0,11%	0,00%	0,00%	173	0,33%	858,3
ALINHAMENTO*	195	0,06%	0,00%	0,00%	170	0,32%	485,2
BATERIA*	344	0,11%	0,00%	0,00%	169	0,32%	856,9
ESTALEIRO*	266	0,09%	0,00%	0,00%	164	0,31%	666,0
CONFRARIA*	229	0,08%	0,00%	0,00%	161	0,31%	575,2
SEMINÁRIO*	307	0,10%	0,00%	0,00%	158	0,30%	773,7
PRISÃO*	193	0,06%	0,00%	0,00%	155	0,30%	488,0
DÓLMEN*	267	0,09%	0,00%	0,00%	153	0,29%	676,6
FORJA*	185	0,06%	0,00%	0,00%	152	0,29%	469,3
PALACETE*	263	0,09%	0,00%	0,00%	151	0,29%	668,0
POÇA*	229	0,08%	0,00%	0,00%	151	0,29%	581,6
CASA_DE_BANHO*	150	0,05%	0,00%	0,00%	147	0,28%	382,7
LABORATÓRIO*	205	0,07%	0,00%	0,00%	147	0,28%	523,0
ESPIGUEIRO*	305	0,10%	0,00%	0,00%	146	0,28%	779,1
PORTO_MARÍTIMO*	145	0,05%	0,00%	0,00%	145	0,28%	370,8
ARMAZÉM*	178	0,06%	0,00%	0,00%	142	0,27%	456,8
PONTÃO*	218	0,07%	0,00%	0,00%	142	0,27%	559,5
CISTERNA*	226	0,07%	0,00%	0,00%	141	0,27%	580,7
MALHADA*	298	0,10%	0,00%	0,00%	138	0,26%	768,5
CASA_DO_POVO*	172	0,06%	0,00%	0,00%	136	0,26%	444,7
CENTRO_INTERPRETATIVO*	147	0,05%	0,00%	0,00%	134	0,26%	381,0
PAÇOS_DO_CONCELHO*	180	0,06%	0,00%	0,00%	133	0,25%	467,1
NORA*	244	0,08%	0,00%	0,00%	130	0,25%	635,6
CENTRO_DE_SAÚDE*	194	0,06%	0,00%	0,00%	128	0,24%	506,6
FORÇA*	245	0,08%	0,00%	0,00%	121	0,23%	645,8
SEQUEIRO*	142	0,05%	0,00%	0,00%	120	0,23%	374,8
CAMPO_DE_JOGO*	142	0,05%	0,00%	0,00%	118	0,23%	375,9
DIRECÇÃO_GERAL*	133	0,04%	0,00%	0,00%	116	0,22%	353,0
LICEU*	260	0,09%	0,00%	0,00%	116	0,22%	690,1
ESCOLA_SECUNDÁRIA*	183	0,06%	0,00%	0,00%	115	0,22%	486,4
MESQUITA*	142	0,05%	0,00%	0,00%	114	0,22%	378,0
VIADUTO*	187	0,06%	0,00%	0,00%	112	0,21%	499,2
CENTRO_CULTURAL*	147	0,05%	0,00%	0,00%	111	0,21%	393,0
BRANDA*	171	0,06%	0,00%	0,00%	106	0,20%	460,6
CABRIL*	198	0,07%	0,00%	0,00%	105	0,20%	534,1
BALDIO*	126	0,04%	0,00%	0,00%	104	0,20%	340,4
POSTO_DE_TURISMO*	106	0,03%	0,00%	0,00%	103	0,20%	286,8
CELEIRO*	142	0,05%	0,00%	0,00%	99	0,19%	386,7
ELEVADOR*	179	0,06%	0,00%	0,00%	99	0,19%	487,4
PISÃO*	214	0,07%	0,00%	0,00%	99	0,19%	582,7
VIA_SACRA*	145	0,05%	0,00%	0,00%	99	0,19%	394,9

AERÓDROMO*	240	0,08%	0,00%	0,00%	97	0,19%	655,7
CERCADO*	109	0,04%	0,00%	0,00%	97	0,19%	297,8
ARA	142	0,05%	0,00%	0,00%	96	0,18%	388,6
GINÁSIO*	110	0,04%	0,00%	0,00%	95	0,18%	301,5
MEMORIAL*	146	0,05%	0,00%	0,00%	95	0,18%	400,2
CUBA*	305	0,10%	0,00%	0,00%	94	0,18%	837,4
FACHO*	176	0,06%	0,00%	0,00%	94	0,18%	483,2
FOJO*	189	0,06%	0,00%	0,00%	93	0,18%	519,8
ASSOCIAÇÃO_CULTURAL*	119	0,04%	0,00%	0,00%	91	0,17%	328,4
DIQUE*	148	0,05%	0,00%	0,00%	91	0,17%	408,4
CANASTRO*	113	0,04%	0,00%	0,00%	88	0,17%	313,5
BALUARTE*	155	0,05%	0,00%	0,00%	87	0,17%	430,8
MENIR*	276	0,09%	0,00%	0,00%	87	0,17%	767,1
CASINO*	151	0,05%	0,00%	0,00%	86	0,16%	420,4
GRAVURAS_RUPESTRES*	96	0,03%	0,00%	0,00%	85	0,16%	267,8
ORATÓRIO*	92	0,03%	0,00%	0,00%	80	0,15%	259,0
DEPÓSITO_DE_ÁGUA*	92	0,03%	0,00%	0,00%	74	0,14%	262,2
CASA_MUSEU*	148	0,05%	0,00%	0,00%	73	0,14%	422,6
PICOTA*	104	0,03%	0,00%	0,00%	73	0,14%	297,0
MOLHE*	107	0,04%	0,00%	0,00%	72	0,14%	306,2
GARAGEM*	80	0,03%	0,00%	0,00%	71	0,14%	229,4
VIVENDA*	102	0,03%	0,00%	0,00%	71	0,14%	292,5
CENTRO_COMERCIAL*	88	0,03%	0,00%	0,00%	70	0,13%	252,9
CENTRAL_HIDROELÉCTRICA*	86	0,03%	0,00%	0,00%	69	0,13%	247,7
PRAÇA_DE_TOUROS*	150	0,05%	0,00%	0,00%	69	0,13%	432,0
TABERNA*	92	0,03%	0,00%	0,00%	68	0,13%	265,5
GRÉMIO*	72	0,02%	0,00%	0,00%	67	0,13%	208,3
CLÍNICA*	89	0,03%	0,00%	0,00%	65	0,12%	258,6
REFEITÓRIO*	69	0,02%	0,00%	0,00%	65	0,12%	200,5
CENTRO_DE_DIA*	74	0,02%	0,00%	0,00%	64	0,12%	215,5
SISTEMA_DE_REGA*	64	0,02%	0,00%	0,00%	64	0,12%	186,4
COLMEIA*	113	0,04%	0,00%	0,00%	62	0,12%	330,7
PASTELARIA*	69	0,02%	0,00%	0,00%	61	0,12%	202,4
ATELIER*	79	0,03%	0,00%	0,00%	60	0,11%	232,3
JARDIM_BOTÂNICO*	115	0,04%	0,00%	0,00%	60	0,11%	338,2
JARDIM_DE_INFÂNCIA*	67	0,02%	0,00%	0,00%	60	0,11%	197,0
QUIOSQUE*	65	0,02%	0,00%	0,00%	60	0,11%	191,1
JAZIGO*	76	0,02%	0,00%	0,00%	59	0,11%	224,0
SPA	95	0,03%	0,00%	0,00%	59	0,11%	280,0
MERCEARIA*	70	0,02%	0,00%	0,00%	57	0,11%	207,4
RESIDÊNCIA_PAROQUIAL*	57	0,02%	0,00%	0,00%	57	0,11%	168,9
ASSOCIAÇÃO_RECREATIVA*	69	0,02%	0,00%	0,00%	56	0,11%	205,0
ESTALAGEM*	111	0,04%	0,00%	0,00%	54	0,10%	331,5
SOCIEDADE_RECREATIVA*	68	0,02%	0,00%	0,00%	52	0,10%	204,2
CAVALARIÇA*	52	0,02%	0,00%	0,00%	51	0,10%	156,6
LAGO_ARTIFICIAL*	59	0,02%	0,00%	0,00%	51	0,10%	177,7

## CXX

SHOPPING*	65	0,02%	0,00%	0,00%	51	0,10%	195,7
SILO*	111	0,04%	0,00%	0,00%	51	0,10%	334,2
TORRE_DO_RELÓGIO*	72	0,02%	0,00%	0,00%	51	0,10%	216,8
MESSE*	97	0,03%	0,00%	0,00%	49	0,09%	293,8
MATADOURO*	79	0,03%	0,00%	0,00%	48	0,09%	240,0
ENTREPOSTO*	50	0,02%	0,00%	0,00%	47	0,09%	152,3
HOSPEDARIA*	53	0,02%	0,00%	0,00%	47	0,09%	161,5
PAIOL*	61	0,02%	0,00%	0,00%	47	0,09%	185,8
PAÇO_REAL*	57	0,02%	0,00%	0,00%	47	0,09%	173,7
PORTAGEM*	96	0,03%	0,00%	0,00%	47	0,09%	292,5
SARCÓFAGO*	62	0,02%	0,00%	0,00%	47	0,09%	188,9
COELHOIRA*	89	0,03%	0,00%	0,00%	46	0,09%	272,0
MATERNIDADE*	86	0,03%	0,00%	0,00%	46	0,09%	262,8
METROPOLITANO*	81	0,03%	0,00%	0,00%	44	0,08%	249,1
ASILO*	56	0,02%	0,00%	0,00%	43	0,08%	172,8
OBELISCO*	62	0,02%	0,00%	0,00%	43	0,08%	191,3
PARLAMENTO*	53	0,02%	0,00%	0,00%	43	0,08%	163,5
SINAGOGA*	64	0,02%	0,00%	0,00%	43	0,08%	197,5
AUTÓDROMO*	100	0,03%	0,00%	0,00%	42	0,08%	309,5
PRIORADO*	48	0,02%	0,00%	0,00%	42	0,08%	148,6
VACARIA*	63	0,02%	0,00%	0,00%	42	0,08%	195,0
FOSSA*	46	0,02%	0,00%	0,00%	41	0,08%	142,9
FUMEIRO*	55	0,02%	0,00%	0,00%	41	0,08%	170,8
HORTO*	47	0,02%	0,00%	0,00%	41	0,08%	146,0
PARQUE_ECOLÓGICO*	97	0,03%	0,00%	0,00%	40	0,08%	302,3
PASSEIO_PÚBLICO*	62	0,02%	0,00%	0,00%	40	0,08%	193,2
CANTINA*	52	0,02%	0,00%	0,00%	39	0,07%	162,6
CENTRO_EDUCATIVO*	40	0,01%	0,00%	0,00%	39	0,07%	125,1
GUARDA_NACIONAL_REPUBLICANA*	50	0,02%	0,00%	0,00%	39	0,07%	156,4
RECOLHIMENTO*	64	0,02%	0,00%	0,00%	39	0,07%	200,2
SANATÓRIO*	113	0,04%	0,00%	0,00%	39	0,07%	353,4
CERVEJARIA*	41	0,01%	0,00%	0,00%	38	0,07%	128,7
PANTEÃO*	59	0,02%	0,00%	0,00%	38	0,07%	185,2
PAÇO_EPISCOPAL*	52	0,02%	0,00%	0,00%	38	0,07%	163,2
CRECHE*	42	0,01%	0,00%	0,00%	37	0,07%	132,3
TASCA*	51	0,02%	0,00%	0,00%	37	0,07%	160,7
ESTÁBULO*	42	0,01%	0,00%	0,00%	36	0,07%	132,8
MALHÃO*	66	0,02%	0,00%	0,00%	36	0,07%	208,7
EMBAIXADA*	47	0,02%	0,00%	0,00%	35	0,07%	149,2
CALEIRA*	54	0,02%	0,00%	0,00%	34	0,06%	172,1
PAVILHÃO_DESPORTIVO*	39	0,01%	0,00%	0,00%	34	0,06%	124,3
CONSERVATÓRIO*	50	0,02%	0,00%	0,00%	33	0,06%	160,0
CENTRO_PAROQUIAL*	43	0,01%	0,00%	0,00%	31	0,06%	138,8
DISCOTECA*	44	0,01%	0,00%	0,00%	31	0,06%	142,0
PARQUE_TEMÁTICO*	43	0,01%	0,00%	0,00%	31	0,06%	138,8
ESCOLA_PROFISSIONAL*	47	0,02%	0,00%	0,00%	30	0,06%	152,4

FLUVIÁRIO*	46	0,02%	0,00%	0,00%	30	0,06%	149,1
HANGAR*	50	0,02%	0,00%	0,00%	30	0,06%	162,1
AVIÁRIO*	31	0,01%	0,00%	0,00%	28	0,05%	101,4
CHALET*	55	0,02%	0,00%	0,00%	28	0,05%	179,9
ATL	29	0,01%	0,00%	0,00%	27	0,05%	95,3
JARDIM_ZOOLÓGICO*	65	0,02%	0,00%	0,00%	27	0,05%	213,7
MARCO_MILIÁRIO*	42	0,01%	0,00%	0,00%	27	0,05%	138,1
AQUÁRIO*	29	0,01%	0,00%	0,00%	26	0,05%	95,8
ARSENAL*	40	0,01%	0,00%	0,00%	26	0,05%	132,2
DOMUS*	37	0,01%	0,00%	0,00%	26	0,05%	122,2
ESTAÇÃO_ELEVATÓRIA*	40	0,01%	0,00%	0,00%	26	0,05%	132,2
MAUSOLÉU*	39	0,01%	0,00%	0,00%	26	0,05%	128,8
CAPELA_MORTUÁRIA*	26	0,01%	0,00%	0,00%	25	0,05%	86,3
ESTABELECIMENTO_PRISIONAL*	33	0,01%	0,00%	0,00%	25	0,05%	109,6
FORTIM*	52	0,02%	0,00%	0,00%	25	0,05%	172,7
CASA_MORTUÁRIA*	25	0,01%	0,00%	0,00%	24	0,05%	83,5
DIRECÇÃO_REGIONAL*	26	0,01%	0,00%	0,00%	24	0,05%	86,8
GAFARIA*	35	0,01%	0,00%	0,00%	24	0,05%	116,8
ACADEMIA_MILITAR*	44	0,01%	0,00%	0,00%	23	0,04%	147,7
CASA_DE_CHÁ*	25	0,01%	0,00%	0,00%	23	0,04%	83,9
ENFERMARIA*	34	0,01%	0,00%	0,00%	23	0,04%	114,1
HOSPÍCIO*	30	0,01%	0,00%	0,00%	23	0,04%	100,7
KARTÓDROMO*	45	0,01%	0,00%	0,00%	23	0,04%	151,1
MÃE_DE_ÁGUA*	41	0,01%	0,00%	0,00%	23	0,04%	137,6
PICADEIRO*	28	0,01%	0,00%	0,00%	23	0,04%	94,0
SINDICATO*	27	0,01%	0,00%	0,00%	23	0,04%	90,6
ASCENSOR*	67	0,02%	0,00%	0,00%	22	0,04%	226,2
ASSEMBLEIA_MUNICIPAL*	23	0,01%	0,00%	0,00%	22	0,04%	77,7
COLÉGIO_MILITAR*	29	0,01%	0,00%	0,00%	22	0,04%	97,9
REPARTIÇÃO_DE_FINANÇAS*	22	0,01%	0,00%	0,00%	22	0,04%	74,3
CAPOEIRA*	27	0,01%	0,00%	0,00%	21	0,04%	91,7
CENTRAL_ELÉCTRICA*	22	0,01%	0,00%	0,00%	21	0,04%	74,7
TULHA*	31	0,01%	0,00%	0,00%	21	0,04%	105,3
ATERRO_SANITÁRIO*	26	0,01%	0,00%	0,00%	20	0,04%	88,9
PENSÃO*	26	0,01%	0,00%	0,00%	20	0,04%	88,9
PLANETÁRIO*	26	0,01%	0,00%	0,00%	20	0,04%	88,9
CHANCELARIA*	23	0,01%	0,00%	0,00%	19	0,04%	79,1
GROTTO*	38	0,01%	0,00%	0,00%	19	0,04%	130,7
THOLOS*	45	0,01%	0,00%	0,00%	19	0,04%	154,8
CAMPO_DE_BATALHA*	18	0,01%	0,00%	0,00%	18	0,03%	62,3
COCHEIRAS*	19	0,01%	0,00%	0,00%	18	0,03%	65,8
CROMELEQUE*	40	0,01%	0,00%	0,00%	18	0,03%	138,5
CTT*	19	0,01%	0,00%	0,00%	18	0,03%	65,8
PORTO_FLUVIAL*	19	0,01%	0,00%	0,00%	18	0,03%	65,8
TEMPLETE*	21	0,01%	0,00%	0,00%	18	0,03%	72,7
FAROLIM*	39	0,01%	0,00%	0,00%	17	0,03%	136,0

## CXXII

INTERNATO*	25	0,01%	0,00%	0,00%	16	0,03%	87,9
POCILGA*	17	0,01%	0,00%	0,00%	16	0,03%	59,7
SEPULTURA_ANTROPOMÓRFICA*	20	0,01%	0,00%	0,00%	16	0,03%	70,3
CASA_DO_GOVERNADOR*	17	0,01%	0,00%	0,00%	15	0,03%	60,2
COLISEU*	56	0,02%	0,00%	0,00%	15	0,03%	198,4
COLÔNIA_DE_FÉRIAS*	18	0,01%	0,00%	0,00%	15	0,03%	63,8
HIPERMERCADO*	18	0,01%	0,00%	0,00%	15	0,03%	63,8
ESTAÇÃO_METEOROLÓGICA*	18	0,01%	0,00%	0,00%	14	0,03%	64,3
ARBORETO*	20	0,01%	0,00%	0,00%	13	0,02%	72,1
CONSULADO*	16	0,01%	0,00%	0,00%	13	0,02%	57,7
COOPERATIVA_AGRÍCOLA*	19	0,01%	0,00%	0,00%	13	0,02%	68,5
ESTAÇÃO_DE_TRATAMENTO_DE_ÁGUA*	14	0,00%	0,00%	0,00%	13	0,02%	50,5
NOVICIADO*	13	0,00%	0,00%	0,00%	13	0,02%	46,9
OVIL*	20	0,01%	0,00%	0,00%	13	0,02%	72,1
QUINTA_PEDAGÓGICA*	28	0,01%	0,00%	0,00%	13	0,02%	100,9
RESIDÊNCIA_OFICIAL*	18	0,01%	0,00%	0,00%	13	0,02%	64,9
BASE_MILITAR*	15	0,00%	0,00%	0,00%	12	0,02%	54,6
COUDELARIA*	33	0,01%	0,00%	0,00%	12	0,02%	120,1
LAZARETO*	20	0,01%	0,00%	0,00%	12	0,02%	72,8
POLÍCIA_DE_SEGURANÇA_PÚBLICA*	16	0,01%	0,00%	0,00%	12	0,02%	58,2
QUARTEL_DA_GNR*	12	0,00%	0,00%	0,00%	12	0,02%	43,7
CAPITANIA_DO_PORTO*	15	0,00%	0,00%	0,00%	11	0,02%	55,2
CHOÇA*	14	0,00%	0,00%	0,00%	11	0,02%	51,5
HIPÓDROMO*	16	0,01%	0,00%	0,00%	11	0,02%	58,8
POSTO_DA_GNR*	12	0,00%	0,00%	0,00%	11	0,02%	44,1
AGREMIÇÃO*	10	0,00%	0,00%	0,00%	10	0,02%	37,2
CAPELA_FUNERÁRIA*	12	0,00%	0,00%	0,00%	10	0,02%	44,6
CENTRO_DE_ACOLHIMENTO*	12	0,00%	0,00%	0,00%	10	0,02%	44,6
ESCOLA_TÉCNICA*	11	0,00%	0,00%	0,00%	10	0,02%	40,9
MONUMENTO_COMEMORATIVO*	11	0,00%	0,00%	0,00%	10	0,02%	40,9
PARQUE_BOTÂNICO*	11	0,00%	0,00%	0,00%	10	0,02%	40,9
PROVEDORIA*	10	0,00%	0,00%	0,00%	10	0,02%	37,2
CAMPA_RASA*	10	0,00%	0,00%	0,00%	9	0,02%	37,6
CASA_DO_ERMITÃO*	9	0,00%	0,00%	0,00%	9	0,02%	33,9
ERMITÉRIO*	11	0,00%	0,00%	0,00%	9	0,02%	41,4
ESTAÇÃO_DE_TRATAMENTO_DE_ÁGUAS_RESIDUAIS*	12	0,00%	0,00%	0,00%	9	0,02%	45,2
MARÉGRAFO*	32	0,01%	0,00%	0,00%	9	0,02%	120,5
PRESÍDIO_MILITAR*	13	0,00%	0,00%	0,00%	9	0,02%	48,9
QUEIJARIA*	14	0,00%	0,00%	0,00%	9	0,02%	52,7
CAMPO_DE_AVIAÇÃO*	14	0,00%	0,00%	0,00%	8	0,02%	53,4
CENTRO_RECREATIVO*	8	0,00%	0,00%	0,00%	8	0,02%	30,5
ESCOLA_SUPERIOR_DE_MÚSICA*	10	0,00%	0,00%	0,00%	8	0,02%	38,2
POLÍCIA_JUDICIÁRIA*	14	0,00%	0,00%	0,00%	8	0,02%	53,4
POSTO_DA_GUARDA_FISCAL*	13	0,00%	0,00%	0,00%	8	0,02%	49,6
PÉRGULA*	10	0,00%	0,00%	0,00%	8	0,02%	38,2
QUARTEL_DE_BOMBEIROS*	8	0,00%	0,00%	0,00%	8	0,02%	30,5



CASA_DE_ESPECTÁCULOS*	10	0,00%	0,00%	0,00%	7	0,01%	38,7
CASA_DE_REPOUSO*	7	0,00%	0,00%	0,00%	7	0,01%	27,1
CENTRO_EQUESTRE*	7	0,00%	0,00%	0,00%	7	0,01%	27,1
OCEANÁRIO*	7	0,00%	0,00%	0,00%	7	0,01%	27,1
ORFANATO*	11	0,00%	0,00%	0,00%	7	0,01%	42,6
POSTO_DE_ABASTECIMENTO*	9	0,00%	0,00%	0,00%	7	0,01%	34,9
SIFÃO*	7	0,00%	0,00%	0,00%	7	0,01%	27,1
GRUTA_ARTIFICIAL*	6	0,00%	0,00%	0,00%	6	0,01%	23,6
MARCO_DE_FRONTEIRA*	18	0,01%	0,00%	0,00%	6	0,01%	70,9
MEDIATECA*	6	0,00%	0,00%	0,00%	6	0,01%	23,6
RIBAT	15	0,00%	0,00%	0,00%	6	0,01%	59,1
SALÃO_DE_CHÁ*	9	0,00%	0,00%	0,00%	6	0,01%	35,5
ARCO_DE_TRIUNFO*	6	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	24,1
CARAMANCHÃO*	10	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	40,2
CASA_ABRIGO*	7	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	28,1
CENTRAL_TÉRMICA*	7	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	28,1
CERCA_CONVENTUAL*	5	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	20,1
ESCOLA_DO_ENSINO_BÁSICO*	5	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	20,1
ESTAÇÃO_AGRÁRIA*	11	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	44,2
MARCO_DE_LÉGUA*	7	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	28,1
MINARETE*	5	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	20,1
OSSÁRIO*	5	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	20,1
PAVILHÃO_DE_CAÇA*	5	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	20,1
POSTO_DE_SAÚDE*	5	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	20,1
SOPA_DOS_POBRES*	5	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	20,1
VILA_OPERÁRIA*	5	0,00%	0,00%	0,00%	5	0,01%	20,1
ANIMATÓGRAFO*	5	0,00%	0,00%	0,00%	4	0,01%	20,6
CADEIA_COMARCÃ*	6	0,00%	0,00%	0,00%	4	0,01%	24,7
CASA_DE_FRESCO*	7	0,00%	0,00%	0,00%	4	0,01%	28,8
CASA_DE_PASTO*	4	0,00%	0,00%	0,00%	4	0,01%	16,5
CENTRAL_NUCLEAR*	10	0,00%	0,00%	0,00%	4	0,01%	41,2
CENTRO_DE_MEDICINA*	7	0,00%	0,00%	0,00%	4	0,01%	28,8
CINETEATRO*	4	0,00%	0,00%	0,00%	4	0,01%	16,5
EDIFÍCIO_DO_GOVERNO_CIVIL*	5	0,00%	0,00%	0,00%	4	0,01%	20,6
MARCO_DE_CRUZAMENTO*	6	0,00%	0,00%	0,00%	4	0,01%	24,7
PENITENCIÁRIA*	11	0,00%	0,00%	0,00%	4	0,01%	45,3
VELÓDROMO*	14	0,00%	0,00%	0,00%	4	0,01%	57,6
VIDEOTECA*	4	0,00%	0,00%	0,00%	4	0,01%	16,5
CADEIA_CIVIL*	3	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	12,7
CAIXA_DE_CRÉDITO*	3	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	12,7
CASA_DE_TURISMO_RURAL*	3	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	12,7
CASINHA_DE_PRAZER*	3	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	12,7
CELEIRO_COMUM*	4	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	17,0
CENTRO_DE_JUVENTUDE*	3	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	12,7
CREMATÓRIO*	3	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	12,7
CROMLECH*	3	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	12,7

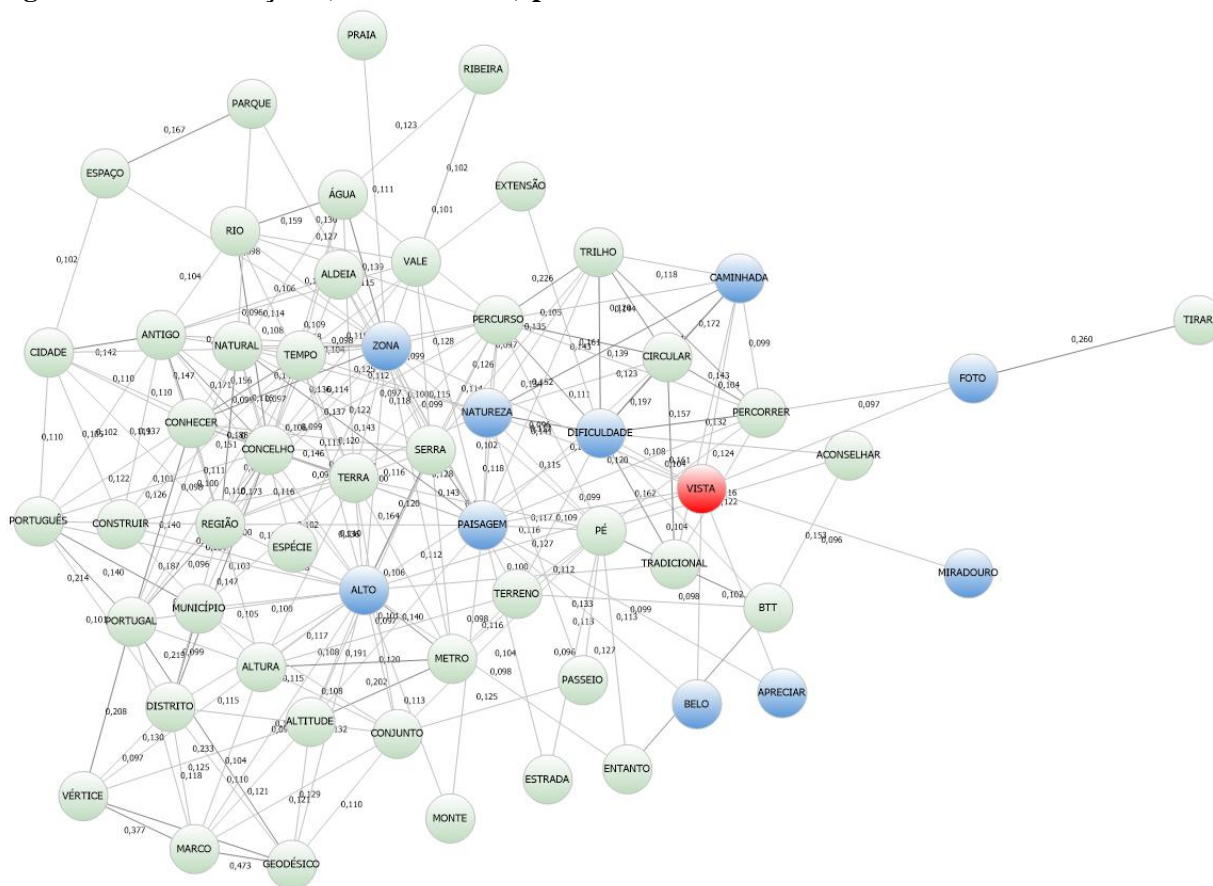
## CXXIV

EDIFÍCIO_DA_ALFÂNDEGA*	3	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	12,7
ESTAÇÃO_DA_MALAPOSTA*	3	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	12,7
ESTAÇÃO_DE_CORREIOS*	3	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	12,7
LIMITE_DE_FREGUESIA*	4	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	17,0
MOTEL*	6	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	25,4
PALÁCIO_DO_GOVERNO*	3	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	12,7
PAÇO_DUCAL*	8	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	33,9
POLÍCIA_MUNICIPAL*	5	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	21,2
REFORMATÓRIO*	5	0,00%	0,00%	0,00%	3	0,01%	21,2
APIÁRIO*	4	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	17,7
CANTINA_ESCOLAR*	3	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	13,3
CASA_ABASTADA*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
CENTRAL_GEOTÉRMICA*	3	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	13,3
CENTRAL_SOLAR*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
CENTRO_DE_ACOLHIMENTO_TEMPORÁRIO*	3	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	13,3
CINEMATECA*	7	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	30,9
CRUZEIRO_DE_ENCruzilhada*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
EDIFÍCIO_DA_GUARDA_FISCAL*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
ESTABELECIMENTO_HOTELEIRO*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
ESTAÇÃO_TELEGRÁFICA*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
IGREJA_DE_PEREGRINAÇÃO*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
NITREIRA*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
NUNCIATURA*	5	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	22,1
PAVILHÃO_DE_EXPOSIÇÕES*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
PAÇO_PATRIARCAL*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
POÇO_DE_NEVE*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
PREVENTÓRIO*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
PROCURADORIA*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
SEGURADORA*	2	0,00%	0,00%	0,00%	2	0,00%	8,8
BOLSA_DE_VALORES*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
CABANAL*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
CADEIA_REGIONAL*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
CAMPO_DE_TRABALHO*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
CARDANHO*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
CASA_DA_COMENDA*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
CASA_DA_MALTA*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
CASA_DA_RODA*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
CASA_DE_TURISMO_DE_HABITAÇÃO*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
CASA_DO_COMENDADOR*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
CASA_DO_GOVERNO*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
CHAFURDÃO*	4	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	18,9
COLÓNIA_PENAL*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
DISPENSÁRIO*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
EDIFÍCIO_DE_ESCRITÓRIOS*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
ESTAÇÃO_ZOOTÉCNICA*	2	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	9,4
FONOTECA*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7

FONTE_ORNAMENTAL*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
HEMEROTECA*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
MORÁBITO*	2	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	9,4
POÇO_CISTERNA*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
PRISÃO_HOSPITAL*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
QUARTEL_DA_GUARDA_FISCAL*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
RECOLHIMENTO_ESPIRITUAL*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
SNACKBAR*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
SOCIEDADE_CULTURAL*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
VEDORIA*	2	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	9,4
ÍNSULA*	1	0,00%	0,00%	0,00%	1	0,00%	4,7
SOMA							
	304603				163209		

## ANEXO M DAS GEOCACHES COMO MARCADORES. DADOS ADICIONAIS

Figura M.1 – Associações (co-ocorrências) primárias e secundárias ao vocábulo “vista”



Quadro M.1 - Termos mais frequentemente empregues na descrição das geocaches

TERMO	FREQUEN.	% CASOS	REGIÃO	10888	13,26%	CAPELA	14239	9,99%	ACTIVIDADE	5185	7,30%	MARIA	4914	5,49%
CONHECER	19613	28,70%	SERRA	13924	12,48%	PASSEIO	6837	9,79%	PAÍS	5062	7,19%	RUA	4678	5,30%
TEMPO	14654	20,72%	HISTÓRIA	8521	12,38%	TERRENO	6980	9,76%	DATA	5143	7,18%	ANTÓNIO	4549	4,93%
ZONA	16638	20,43%	CIDADE	11535	12,26%	ESTRADA	8012	9,73%	MAR	6090	7,06%	ESTAÇÃO	6256	4,85%
ÁGUA	22564	20,29%	CONSTRUIR	8511	12,26%	CONTAR	5894	9,65%	JOÃO	6530	7,06%	MOINHO	7328	4,83%
CONCELMHO	18802	20,04%	FONTES	13634	12,07%	ALDEIA	10403	9,58%	MUNICIPAL	5826	6,84%	ILHA	5863	4,79%
FREGUESIA	22601	20,00%	PAISAGEM	8104	12,01%	BELO	6704	9,53%	TORRE	6657	6,71%	JARDIM	5079	4,48%
PORTUGAL	17041	18,41%	FOTO	7091	11,91%	SENHOR	11438	9,50%	REI	6788	6,57%	ROCHA	5036	4,45%
PERCURSO	26171	18,11%	PÉ	7240	11,42%	INTERIOR	6523	8,93%	MARGEM	4892	6,55%	ROTA	6220	4,16%
CAMINHO	16861	16,53%	CONSTRUÇÃO	8753	11,38%	VIDA	6078	8,46%	ORDEM	7948	6,45%	ARCO	4582	3,82%
ANTIGO	12619	16,39%	PARQUE	12777	11,37%	LINHA	11327	8,16%	CAMINHADA	5270	6,44%	ESCOLA	4112	3,62%
TERRA	14462	16,36%	METRO	9132	11,33%	NACIONAL	6486	8,15%	EVENTO	7741	6,41%	LAGOA	3912	3,02%
RIO	20874	15,86%	ESPAÇO	8508	11,09%	CASO	5255	8,10%	VELHO	4904	6,20%	GEODÉSICO	5830	2,79%
VILA	18402	15,32%	NATUREZA	7359	10,75%	MONTE	7583	8,08%	PRAIA	8503	6,15%	VÉRTICE	4895	1,91%
VISTA	10418	15,67%	NATURAL	8561	10,61%	HABITANTE	5434	7,99%	ESPÉCIE	5735	6,12%			
SANTO	18775	15,24%	ALTURA	6829	10,56%	CAMPO	6449	7,81%	VIA	4910	5,94%			
SÉCULO	13488	14,39%	TRILHO	11898	10,47%	ORIGEM	5093	7,79%	PROJECTO	5162	5,93%			
ESCRITA	7758	14,32%	IGREJA	14411	10,32%	CASTELO	8425	7,72%	REAL	4709	5,83%			
CASA	13953	14,24%	PESSOA	7013	10,28%	PONTE	9324	7,57%	ESPECIAL	4593	5,82%			
PORTUGUÊS	10977	14,19%	PEDRA	8627	10,20%	ÉPOCA	5209	7,51%	REDE	4710	5,70%			
ALTO	9999	13,59%	VALE	9942	10,10%	RIBEIRA	8642	7,38%	ROMANO	5515	5,65%			
			CONJUNTO	6496	10,05%	OBSERVAR	5315	7,33%	EDIFÍCIO	4547	5,64%			

Leg: 100 termos mais frequentemente empregues no texto descritivo das 52329 geocaches publicadas até Agosto de 2015 (lematizado, expurgado de *stop words* insignificantes).

Quadro M.2 – Expressões (combinações de palavras) mais frequentemente empregues na descrição das geocaches

	FREQUÊNCIA	NO. CASOS	% CASOS	TF • IDF
	A			
VÉRTICE GEODÉSICO	3054	810	1,6	5529
CÂMARA MUNICIPAL	2554	1964	3,8	3641
IGREJA MATRIZ	2317	1518	2,9	3562
SANTA MARIA	2064	1124	2,2	3443
TERRA BATIDA	2099	1604	3,1	3177
PERCURSO PEDESTRE	1950	1324	2,5	3114
SANTO ANTÓNIO	1710	921	1,8	3000
SÉCULO XVIII	1884	1621	3,1	2843
SÉCULO XIX	1875	1654	3,2	2813
OPERAÇÃO ESPECIAL	1051	112	0,2	2806
MARCO GEODÉSICO	1383	598	1,1	2686
ARCO DE BAULHE	1097	191	0,4	2674
PARQUE DE MERENDA	1361	1017	1,9	2329
CAMINHO DE FERRO	1247	784	1,5	2275
PERCURSO CIRCULAR	1416	1316	2,5	2265
TIRAR FOTO	1446	1424	2,7	2263
CONTACTO COM A NATUREZA	1299	1193	2,3	2133
CONCELHO DE VILA	1301	1218	2,3	2125
SÉCULO XVII	1247	1059	2,0	2112
PARQUE NATURAL	1131	779	1,5	2067
JUNTA DE FREGUESIA	1205	1022	2,0	2060
PORTUGAL CONTINENTAL	1173	930	1,8	2053
CAPELA MOR	1106	734	1,4	2050
CAMINHO DE SANTIAGO	920	321	0,6	2035
SÉCULO XVI	1161	1022	2,0	1985
TRASH OUT	1125	967	1,9	1950
SÉCULO XX	1153	1069	2,0	1948
METRO DE ALTURA	1155	1112	2,1	1932
CAPELA DE SANTO	1029	695	1,3	1931
MOINHO DE VENTO	918	427	0,8	1917
INFRA ESTRUTURA	1098	988	1,9	1893
IGREJA PAROQUIAL	997	763	1,5	1831
ESTRADA NACIONAL	987	757	1,5	1816
SEDE DE CONCELHO	1043	959	1,8	1812
SERRA DE ESTRELA	933	602	1,2	1809
CAMINHO PORTUGUÊS	754	209	0,4	1809
CAPELA DE NOSSA SENHOR	921	689	1,3	1732
LINHA DE TÁMEGA	695	172	0,3	1726
VISTA MAGNÍFICO	979	910	1,7	1723
SANTO CRUZ	848	489	0,9	1721
PRAIA FLUVIAL	833	490	0,9	1690
MARGEM DE RIO	922	780	1,5	1684
AFONSO HENRIQUES	844	607	1,2	1634
ORDEM CILINDRO	761	381	0,7	1627
CAMINHO DE TERRA	901	861	1,7	1607
RIO TEJO	832	617	1,2	1605
GEODÉSICO DE PORTUGAL	818	574	1,1	1603
PENÍNSULA IBÉRICO	870	781	1,5	1589
CONCLUSÃO DE PERCURSO ESTAR ESTIMAR	866	799	1,5	1573

TEMPO MÉDIO PARA CONCLUSÃO	866	799	1,5	1573
TRILHO ALTIMETRIA DONWLOAD TRACK	866	799	1,5	1573
FREGUESIA DE CONCELHO	857	785	1,5	1563
PARQUE INFANTIL	804	666	1,3	1524
ALTIMETRIA DONWLOAD TRACK DE CAMINHADA	820	753	1,4	1510
PERCURSO CIRCULAR DE DIFICULDADE	804	737	1,4	1488
SANTA LUZIA	669	327	0,6	1475
AR LIVRE	792	742	1,4	1464
FREGUESIA PORTUGUÊS	807	804	1,5	1464
PERCURSO DESENVOLVER	786	719	1,4	1464
PORTUGUÊS DE CONCELHO	799	796	1,5	1452
CONTEÚDO INICIAL	795	794	1,5	1446
VALE DE SORRAIA	469	48	0,1	1425
CANAL DE VALE DE SORRAIA	416	21	0,0	1413
CURSO DE ÁGUA	743	665	1,3	1409
FREGUESIA PORTUGUÊS DE CONCELHO	756	754	1,4	1392
CAMINHO PORTUGUÊS INTERIOR	521	114	0,2	1387
RIO DOURO	690	514	1,0	1385
MARGEM DIREITA	727	668	1,3	1377
PONTE ROMANO	658	433	0,8	1370
SANTIAGO DE COMPOSTELA	607	290	0,6	1370
LINHA FÉRREO	579	245	0,5	1349
DISTRITO DE CASTELO BRANCO	722	715	1,4	1346
VILA FRANCO	612	336	0,6	1342
METRO DE ALTITUDE	710	675	1,3	1342
DOMINAR POR UMA RURALIDADE	697	630	1,2	1338
RURALIDADE MUITO ACENTUADO	697	630	1,2	1338
CAMINHO DE TERRA BATIDA	704	673	1,3	1331
MARGEM ESQUERDA	684	605	1,2	1325
LINHA DE VOUGA	445	56	0,1	1322
REDE GEODÉSICO	674	588	1,1	1314
MOINHO DE ÁGUA	587	315	0,6	1303
SANTO MARTA	581	304	0,6	1299
ROTA DE LAJE	406	34	0,1	1294
FREGUESIA DE VILA	653	586	1,1	1274
DESENVOLVER SE EM REGIÃO	651	584	1,1	1271
TAMANHO MICRO	665	665	1,3	1261
SENHOR DE CONCEIÇÃO	578	347	0,7	1259
ESPIRITO SANTO	590	390	0,8	1255
IGREJA DE SANTO	595	420	0,8	1247
BACIA HIDROGRÁFICO	592	429	0,8	1235
CONCELHO DE VILA DE REI	629	625	1,2	1210
DURABILIDADE DEPENDER	628	628	1,2	1206
VALE A PENA	615	572	1,1	1206
SÉCULO XV	609	561	1,1	1200
VERIFICAR A SOLUÇÃO	622	620	1,2	1198
USUFRUIR DE TODO ESTE CONTACTO	599	532	1,0	1194
BELO PAISAGEM	614	604	1,2	1190
VILANOVA DE CERVEIRA	359	26	0,1	1186
ALTO DE SERRA	611	600	1,2	1186

Leg: 100 expressões (combinações de palavras) mais frequentemente empregues no texto descritivo das 52329 geocaches publicadas até Agosto de 2015 (lematizado, expurgado de stop words insignificantes).

### Quadro M.3 - Entidades mais frequentemente citadas na descrição das geocaches

ENTITY	TO	UNI	Vouga	20	174	Tâmega	16	117	14	826	França	85	703
	TA	QUE		59	2		32	7	44			7	
				20	173		14	117	10			10	
	16		GPS	44	3	Zêzere	30	4	03	818	Ecopista	45	696
Portugal	64	129	Afonso	24	168	Manuel	24	114	10		Dinis	11	
	1	19		90	9		82	1	13	816		26	692
João	60	355	Outubro	17	166	Fevereiro	11	113	18		Funchal	72	
	47	6		26	8		49	7	73	812		7	687
Capela	53	328	Câmara Municipal	19	165	Viana	13	112	81			91	
	25	6		28	2		94	9	1	806	Lourenço	3	684
BTT	31	298	Europa	17	164	Jorge	15	111	92			70	
	67	5		79	5		43	7	2	804	Picoto	4	680
Ribeira	46	293	Março	16	161	TT	14	110	10			67	
	79	4		44	6		41	6	78	801	R.M.P.P.	8	678
Pedro	37	261	Alentejo	19	157	Jardim	19	108	85			68	
	71	5		81	3		52	5	8	800	Cachadas	3	676
Agosto	25	242	Espanha	16	155	Aldeia	20	108	79			10	
	38	6		73	8		54	3	0	785	Ria	02	675
Tejo	28	231	VG	20	154	Museu	20	103	31			72	
	15	9		26	4		92	9	12	783	Idade Média	0	665
Douro	28	230	Janeiro	16	153	PowerTrail	12	100	83			12	
	42	6		81	8		68	4	7	764	Mosteiro	60	657
Abril	23	229	XVII	15	142	Noval	99	5	11			75	
	61	7		11	5		5	993	33	762	FTF	5	654
Miguel	28	212	GZ	14	140	Miradouro	12	980	12			89	
	57	0		30	8		76		29	757	Santuário	7	650
XVIII	22	211	Dezembro	14	140	Minho	13		76			83	
	31	8		16	1		30	978	1	757	Ecovia	1	650
XIX	21	205	Algarve	15	138	Arco	90		87			15	
	59	8		01	8		6	906	4	752	Francisco	98	641
Junho	20	204	XX	14	132	GeoChecker	90		76			79	
	82	6		45	3		6	899	1	749	Gaia	1	640
Maio	19	191	Sebastião	14	130	Figueira	13		84			63	
	93	7		95	4		79	898	9	749	D. Manuel	6	636
Setembro	19	188	Novembro	12	127	Jornada	87		74			89	
	63	2		95	5		8	877	5	742	Vicente	1	632
Julho	18	183	TB	15	126	Altimetria Donwload	86		10			76	
	96	3		25	5		6	866	58	733	Sra	0	632
Açores	19	182	Maria	46	125	Marco Geodésico	90		10			65	
	21	5		47	6		9	865	92	728	Ribatejo	5	628
PR	26	179	Inverno	12	122	Pinhal	13		10			94	
	52	4		96	4		06	846	38	704	Palácio	3	623

## CXXVIII

XV	68 6	621	Penedo	56 7	388	Póvoa de Varzim	32 2	313
C.I.T.O.	62 0	620	Geocoins	43 0	384	D. Sancho	31 2	312
Fajã	67 2	617	Luís	10 01	384	Brás	45 7	311
D. Afonso Henriques	60 7	607	Regiões Autónomas	38 2	382	Neiva	44 0	311
Stashnote	65 3	603	Peregrino	38 4	379	Gruta	36 8	309
S. Pedro	59 7	597	Sado	48 4	379	Rio Tejo	34 4	308
António	40 82	594	Oceano Atlântico	37 8	378	VLR	30 7	307
Mondego	98 3	593	Gerês	45 9	373	Espírito Santo	43 8	306
Vila Real	10 14	575	Sousa	11 69	373	Fórnea	31 7	305
Sorraia	63 0	573	Tiago	56 1	370	Beira Baixa	31 0	304
Earthcache	63 7	573	Marquês	55 4	370	Dom Dinis	30 8	303
D. João	56 8	568	Pinhal Interior	37 2	367	Outono	33 4	303
Aqueduto	61 7	567	Fernando	90 9	366	Igreja Matriz	98 7	301
Furnas	68 5	562	S. João	36 4	364	Paiva	70 5	300
Santiago	30 22	554	Frades	10 05	359	Terra Vila de Rei	30 0	300
Estrada Nacional	55 8	553	Anta	47 1	357	Geodésico de Portugal Continental	30 0	300
Primavera	58 8	549	Caminhos de Santiago	35 7	356	Lenda	37 7	298
Cávado	58 3	525	Séc	40 7	354	Rali	55 4	296
África	55 6	523	Carmo	40 6	354	Memórias de Viagens	29 6	296
Calvário	57 5	519	Santana	48 6	348	Caminho Português Interior de Santiago	29 4	294
Trás-os-Montes	51 7	517	Índia	36 7	348	GeoPorStats	29 3	293
Cova	96 4	513	Caparica	54 4	347	Bartolomeu	44 9	293
Atlântico	94 6	512	Cabeço	54 9	347	Pinoco	29 5	292
Mação	61 5	512	Estados Unidos	36 2	344	Tapada	67 3	292
Capelas	57 6	510	Covão	40 0	342	Parque de Merendas	35 4	291
D. Dinis	49 9	499	Chafariz	43 4	340	Azenha	35 1	286
Livração	50 3	495	Marão	34 7	339	Alviela	34 5	286
D. Maria	49 2	492	Encarnação	35 2	339	Templários	31 2	285
C.I.T.O.	48 7	487	Guerra Mundial	34 2	336	Pelourinho	33 9	285
Outeiro	62 1	486	Lomba	36 2	335	Fontelo	29 5	284
Santo Isidoro	58 6	483	Várzea	46 7	334	Corvo	32 0	283
Portugal Continental	80 2	477	Gatão	33 7	334	Côa	49 6	282
Santiago de Compostela	54 1	476	GUADIANA	40 4	334	Monumento	71 8	280
Paço	80 6	471	Calheta	36 9	329	Waypoint	31 2	278
Mouros	64 2	466	Passepartout	33 7	329	Farol	39 8	276
Trash Out	48 6	464	Paul	43 1	328	Monumento Nacional	28 2	274
Portela	62 0	461	Rede Natura	35 2	328			
Cristo	13 90	461	Alva	47 6	328			
Sé	55 3	439	COORDENADAS	58 7	328			
Pateira	67 0	438	Tapada Nacional	32 6	324			
Apeadeiro	62 3	437	D. Afonso	32 4	324			
Julião	45 7	431	Quercus	39 7	322			
Conimbriga	50 0	428	IP	34 1	321			
Sancho	48 8	423	Furadouro	32 5	320			
D. Sebastião	41 8	418	Itália	36 3	320			
Inglaterra	43 3	414	Henrique	50 1	319			
RGN	40 9	407	Arco	31 9	318			
S. Miguel	40 6	406	Atalaia	42 2	318			
Corgo	46 3	404	CTOE	42 3	318			
D. Pedro	39 7	397	IC	32 9	318			
Roma	46 4	395	América	36 3	317			
Nascente	46 3	394	Planos Directores Municipais	31 7	317			
Fátima	97 0	393	Casais	54 3	315			
Caminho de Santiago	42 0	391	Kms	32 7	313			
Candeeiros	40 6	390	Carlos	87 6	313			

Nota: listagem limitada pelo critério da pura conveniência de espaço.

**Quadro M.4 – Entidades mencionadas (categorias)**

Categorias Lexicais	FRE Q.	% CAT.s	N <sup>a</sup> . CASOS	% CASOS	TF • IDF
“GRANDES PORTUGUESES”	7773	56,35%	4244	8,11%	8480,1
FIGURAS_HISTÓRICAS_INTERNACIONAIS	1051	7,62%	739	1,41%	1944,5
ESCRITORES_PORTUGUESES_PRE_SEC_XX	1283	9,30%	680	1,30%	2420
ARTISTAS_PLASTICOS_PORTUGUESES	558	4,05%	360	0,69%	1206,6
ESCRITORES_PORTUGUESES_SEC_XX	573	4,15%	314	0,60%	1273,1
DETECTIVES_DE_FICCAO	434	3,15%	290	0,55%	979,3
ARQUITECTOS_PORTUGUESES	362	2,62%	239	0,46%	847,2
DESENHOS_ANIMADOS	313	2,27%	213	0,41%	748,2
PERSONAGENS_DE_CINEMA	282	2,04%	153	0,29%	714,6
GRANDES_BANDAS_E_CANTORES_POP_INTERNACIONAIS	345	2,50%	139	0,27%	888,6
EXITOS_DE_BILHETEIRA	186	1,35%	119	0,23%	491,6
INSTRUMENTISTAS_PORTUGUESES	156	1,13%	114	0,22%	415,2
CANTORES_PORTUGUESES	125	0,91%	106	0,20%	336,7
BANDAS_PORTUGUESAS	105	0,76%	84	0,16%	293,4
FILMES_PORTUGUESES	62	0,45%	51	0,10%	186,7
AUTORES_BEST_SELLERS_INTERNACIONAIS	66	0,48%	37	0,07%	207,9
SERIES_DE_TV_PORTUGUESAS	47	0,34%	37	0,07%	148,1
ACTORES_ESTRANGEIROS	73	0,53%	35	0,07%	231,8

**Quadro M.5 – Entidades mencionadas (“Grandes Portugueses”)**

Figura	FREQ U.	%	N <sup>o</sup> CASOS	% CASOS	TF • IDF
SANTO_ANTÓNIO	1709	21,85 %	920	1,76%	2999,2
AFONSO_HENRIQUES	843	10,78 %	607	1,16%	1631,7
MANUEL_I	551	7,05%	486	0,93%	1119,7
AFONSO_III	415	5,31%	334	0,64%	910,9
DOM_DINIS	318	4,07%	314	0,60%	706,5
MARQUÊS_DE_POMBAL	330	4,22%	247	0,47%	767,6
JOÃO_I	289	3,70%	235	0,45%	678,5
VASCO_DA_GAMA	290	3,71%	181	0,35%	713,7
JOÃO_II	237	3,03%	152	0,29%	601,2
NUNO_ÁLVARES_PEREIRA	185	2,37%	139	0,27%	476,5
INFANTE_D_HENRIQUE	160	2,05%	124	0,24%	420,1
MARIA_II	156	1,99%	121	0,23%	411,2
FERNANDO_PESSOA	146	1,87%	110	0,21%	390,9
JOÃO_IV	144	1,84%	110	0,21%	385,5
RAINHA_SANTA_ISABEL	109	1,39%	85	0,16%	304
MIGUEL_TORGA	116	1,48%	82	0,16%	325,4
EGAS_MONIZ	139	1,78%	72	0,14%	397,7
CARLOS_I	93	1,19%	62	0,12%	272,2
EÇA_DE_QUEIRÓS	90	1,15%	50	0,10%	271,8
FLORBELA_ESPANCA	60	0,77%	48	0,09%	182,3
ALMEIDA_GARRETT	87	1,11%	47	0,09%	265,1
BOCAGE	70	0,90%	44	0,08%	215,3
JOSÉ_SARAMAGO	64	0,82%	38	0,07%	200,9
FONTES_PEREIRA_DE_MELO	41	0,52%	35	0,07%	130,2
FRANCISCO_SÁ_CARNEIRO	64	0,82%	34	0,06%	204
AMÁLIA_RODRIGUES	51	0,65%	33	0,06%	163,2
OLIVEIRA_SALAZAR	38	0,49%	30	0,06%	123,2
SALGUEIRO_MAIA	90	1,15%	29	0,06%	293,1
PEDRO_ÁLVARES_CABRAL	43	0,55%	29	0,06%	140
GIL_VICENTE	38	0,49%	27	0,05%	124,9
AFONSO_DE_ALBUQUERQUE	40	0,51%	26	0,05%	132,2
GAGO_COUTINHO	40	0,51%	26	0,05%	132,2
EUSÉBIO	76	0,97%	25	0,05%	252,4
VAZ_DE_CAMÕES	29	0,37%	25	0,05%	96,3
PEDRO_NUNES	25	0,32%	22	0,04%	84,4
HUMBERTO_DELGADO	38	0,49%	21	0,04%	129,1
MÁRIO_SOARES	27	0,35%	19	0,04%	92,9
SOUSA_MARTINS	24	0,31%	19	0,04%	82,6
AFONSO_COSTA	28	0,36%	18	0,03%	97
BARTOLOMEU_DIAS	23	0,29%	18	0,03%	79,7
ZECA_AFONSO	40	0,51%	17	0,03%	139,5
FERNÃO_DE_MAGALHÃES	24	0,31%	17	0,03%	83,7
ÁLVARO_SIZA_VIEIRA	21	0,27%	17	0,03%	73,3
EDGAR_CARDOSO	34	0,43%	16	0,03%	119,5
AGOSTINHO_DA_SILVA	17	0,22%	16	0,03%	59,7
JORGE_SAMPAIO	18	0,23%	14	0,03%	64,3
PEDRO_HISPANO	14	0,18%	13	0,02%	50,5
FERNÃO_MENDES_PINTO	18	0,23%	11	0,02%	66,2
PADRE_ANTÓNIO_VIEIRA	15	0,19%	11	0,02%	55,2
ALFREDO_DA_SILVA	20	0,26%	10	0,02%	74,4
DONA_LEONOR	12	0,15%	10	0,02%	44,6
CARLOS_LOPES	27	0,35%	9	0,02%	101,6
PADRE_AMÉRICO	22	0,28%	8	0,02%	83,9
NATÁLIA_CORREIA	22	0,28%	8	0,02%	83,9
BELMIRO_DE_AZEVEDO	21	0,27%	8	0,02%	80,1
CATARINA_EUFÉMIA	14	0,18%	8	0,02%	53,4
CRISTIANO_ROMALDO	9	0,12%	7	0,01%	34,9
ÁLVARO_CUNHAL	8	0,10%	7	0,01%	31
DAMIÃO_DE_GOIS	7	0,09%	7	0,01%	27,1
IRMÃ_LÚCIA	11	0,14%	6	0,01%	43,3
CARLOS_PAREDES	10	0,13%	6	0,01%	39,4
JOSÉ_SÓCRATES	10	0,13%	6	0,01%	39,4

MARCELLO_CAETANO	7	0,09%	6	0,01%	27,6
MARIA_HELENA_VIEIRA_DA_SILVA	5	0,06%	5	0,01%	20,1
ROSA_MOTA	5	0,06%	5	0,01%	20,1
ANTÓNIO_VARIAÇÕES	28	0,36%	4	0,01%	115,3
JOAQUIM_AGOSTINHO	12	0,15%	4	0,01%	49,4
OTELO_SARAIVA_DE_CARVALHO	5	0,06%	4	0,01%	20,6
JOSÉ_HERMANO_SARAIVA	4	0,05%	4	0,01%	16,5
MARIZA	7	0,09%	3	0,01%	29,7
PAULA_REGO	6	0,08%	3	0,01%	25,4
ANIBAL_CAVACO_SILVA	3	0,04%	3	0,01%	12,7
JOSÉ_MOURINHO	3	0,04%	3	0,01%	12,7

RUY_DE_CARVALHO	3	0,04%	3	0,01%	12,7
ARISTIDES_DE_SOUSA_MENDES	8	0,10%	2	0,00%	35,3
Brites_DE_ALMEIDA	4	0,05%	2	0,00%	17,7
JOSÉ_DE_ALMADA_NEGREIROS	3	0,04%	2	0,00%	13,3
ALBERTO_JOÃO_JARDIM	2	0,03%	2	0,00%	8,8
LUÍS_FIGO	2	0,03%	2	0,00%	8,8
ANTÓNIO_TEIXEIRA_REBELO	1	0,01%	1	0,00%	4,7
FERNANDO_NOBRE	1	0,01%	1	0,00%	4,7
RICARDO_ARAÚJO_PEREIRA	1	0,01%	1	0,00%	4,7
SOMA			5336	10,22%	
SOMA (CASOS ÚNICOS)			4244	8,10%	