

Os não-lugares e as suas instruções

Ruben D. G. M. Caldeira
Escola Superior de Comunicação Social
(IPL)
rcaldeira@escs.ipl.pt

O estudo que aqui se apresenta tem como principal objetivo problematizar o conceito de *não-lugar* na aceção de Augé (1992), atentando, sobretudo, nas práticas comunicacionais e semióticas que este tipo de espaços motiva em função da sua pretensa natureza não-relacional. Caracterizados por Augé (1992: 100) como espaços por natureza não-identitários, não-relacionais e não-históricos, os não-lugares promovem práticas comunicacionais muito distintas quando comparados com outros espaços também de natureza pública.

Neste sentido, mais do que uma caracterização dos não-lugares em si, procura-se, com este trabalho, uma caracterização dos processos comunicacionais presentes nos não-lugares, a partir das seguintes perguntas de investigação: que tipo de linguagem impera nos não-lugares? Que função tem a linguagem neste tipo de espaços? Que processos semióticos estão implícitos nas mensagens emitidas nos não-lugares? Em suma, como se processa a comunicação nos não-lugares? As respostas a estas questões dão o mote a este trabalho e ajudam a estruturá-lo na sua especificidade.

A relevância de um trabalho desta natureza passa, não só pela constatação da centralidade destes espaços na vida do sujeito contemporâneo mas, sobretudo, pela problemática que estes espaços encerram: se, por um lado, os não-lugares são reconhecidos como os espaços típicos da globalização, pois generalizam, quase à escala planetária, as possibilidades de consumo, comunicação e circulação de pessoas e bens, por outro lado, estes são, por definição, não-relacionais, o que, por extensão, levaria a considerá-los não-comunicacionais. Porém, o que suporia os não-lugares como espaços por natureza não-comunicacionais, em resultado da não-relação, revela, antes, formas de comunicação muito próprias que, por via da naturalização da ausência das relações interpessoais, medeiam o contacto dos utentes com os espaços em questão. Que estratégias comunicacionais são, então, adotadas pelas entidades que gerem estes espaços como tentativa de suprir as falhas resultantes da não-relação? Eis a derradeira questão.

O estudo mostra que a natureza global dos não-lugares e a diversidade de sujeitos que os frequenta levam à generalização de mensagens cujo intuito passa, essencialmente, pela uniformização dos comportamentos

de todos os que por ali transitam. Apesar da não-relação, verifica-se uma certa uniformidade nos modos de proceder que torna as ações dentro destes espaços expectáveis. Tal facto deve-se à emissão de um conjunto de mensagens que, na prática, não são mais do que verdadeiras “instruções de uso” dos espaços a que se associam (Augé, 1992: 121).

Considerando as condições apontadas por Augé para a constituição do não-lugar, constata-se que a natureza transitória destes espaços propicia um tipo de comunicação assente em formas de fácil veiculação de sentido, vingando, sobretudo, a linguagem icónica.

É, então, com o intuito de traçar o quadro comunicacional dos não-lugares, que se analisam algumas mensagens, recolhidas nos não-lugares considerados mais significativos para este trabalho: a saber, a generalidade dos meios de transporte e espaços afetos da Carris e do Metropolitano de Lisboa, do Aeroporto Internacional de Lisboa e dos Comboios de Portugal, bem como os espaços de consumo e de lazer de que são exemplo, respetivamente, os hipermercados Continente e os centros comerciais Colombo e Vasco da Gama. Consideram-se, ainda, outras estruturas de aspeto transitório como os elevadores e alguns trechos de autoestradas.

O levantamento de tais mensagens e, por conseguinte, a análise dos seus principais modos de enunciação (visual, sonoro e tátil), dá conta do predomínio da sinalética, e da multimodalidade em geral, como linguagem principal dos não-lugares. Esta análise resulta na categorização dos três principais tipos de mensagem que circulam nos lugares de transição: mensagens informativas, mensagens prescritivas e mensagens proibitivas. Independentemente da tipologia, o que se observa é que a grande maioria das mensagens difundidas nestes espaços tende a atuar no sentido de reforçar a padronização das condutas individuais, mostrando que, só muito raramente, o itinerário final é livre de influências externas. Pelo contrário, este tem, quase sempre, muito mais de recomendado do que de livre escolha.

Palavras-chave

Não-lugares, Espaço público, Comunicação visual, Sinalética

1. Um novo espaço público feito de não-lugares

Por muito que se recue no tempo, a história de qualquer povo confunde-se com a do seu território. Esta é uma ideia banal em qualquer conceção teórica que procure traçar a génese dos tempos modernos. Da geografia à antropologia, passando pela arquitetura, o

urbanismo, a filosofia ou, ainda, a ciência política, são muitas as perspectivas que dão destaque à estreita relação entre o indivíduo e o espaço que este habita. Enquanto ser social, o sujeito surge, desde sempre, ancorado a um *espaço* e a um *tempo*, pelo que refletir sobre sociedades implica, entre outros aspetos, considerar o espaço como lugar de inscrição social, de convivialidade e da condição humana, em geral.

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

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

Segundo a *Carta Mundial pelo Direito à Cidade* (1995: 1), metade da população mundial habita em espaços urbanos e as previsões indicam que “em 2050 a taxa de urbanização no mundo chegará a 65%”. Mais adiante, na mesma carta, pode ler-se que “o modo de vida urbano interfere diretamente sobre o modo como estabelecemos vínculos com os nossos semelhantes e com o território”, pelo que não contemplar, de algum modo, a cidade nos temas da atualidade significa rejeitar uma das suas principais forças motrizes.

É na cidade moderna que se vê emergir um novo espaço público marcado por profundas alterações, resultantes da diluição das fronteiras entre as esferas pública e privada. Determinados pela figura do excesso – pessoas, consumo, informação –, estes novos espaços públicos, onde estranhos se encontram e onde se cruzam o público e o privado, revelam novas formas de habitar e ocupar o mundo. As vivências dos espaços contemporâneos passam, cada vez mais, pela transitoriedade, pelo anonimato, pela contratualidade

dos laços e pela ausência de memória histórica. É neste contexto que Augé (1992) apresenta o não-lugar como um novo espaço público, consequência da sobremodernidade e dos seus excessos. Não há como ignorá-los, pois elevam-se como uma das marcas do final do século XX e início do século XXI, determinando novas práticas de interação social e, por conseguinte, comunicacionais.

Como se começou por referir, as discussões em torno do período contemporâneo têm originado diferentes conceções teóricas que, na prática, não são mais do que tentativas de tornar inteligível uma época suscetível de múltiplas leituras. Em qualquer que seja a proposta, uma certeza existe: que a realidade moderna, tal como se apresenta hoje, já nada tem que ver com a idade moderna instituída no século XV e que se prolongou até meados do século XVIII. Constantes avanços conduzem a constantes reajustes das teorias, e uma atualização da modernidade acaba por sugerir a pós-modernidade como novo paradigma. Contudo, também a pós-modernidade parece já obsoleta pela forma vertiginosa como se vive, abrindo espaço a outras propostas com principal enfoque na cultura do excesso. É o caso da *sobremodernidade* proposta por Augé (1992), resultado dos excessos dos tempos modernos.

Tal como o autor esclarece, na sobremodernidade reina a figura do excesso, ou não fosse esta, mais do que um corte radical com o período moderno, aquilo que o ultrapassa. O excesso que caracteriza a sobremodernidade verifica-se, sobretudo, a três níveis: em termos de tempo, espaço e indivíduo. Concretamente, a história acelera, o espaço estreita e o indivíduo, isolado dos seus pares, toma-se como única referência na análise que faz da realidade (Augé, 1994a: 163).

Os excessos da sobremodernidade, como se percebe, resultam em mudanças consideráveis da estrutura das cidades e têm como consequência o redesenhar de novos espaços públicos e privados, sendo cada vez mais difícil delimitar, com precisão, as fronteiras que separam uma esfera da outra. As novas formas de organização social e espacial revelam novas prioridades na vivência dos espaços e levam Augé (1992: 100-101) a alertar para a necessidade de reaprender a olhar e a pensar o espaço, como consequência da sobremodernidade.

Considerando que é público tudo aquilo que é partilhado, no contexto que se descreve, cada vez mais fazem parte do novo espaço público as vias de trânsito, os viadutos, os meios de transporte e os espaços afetos, as grandes superfícies comerciais e toda a espécie de meio que confirme a ideia de mobilidade, bem como um conjunto de comportamentos e práticas que refletem as novas dinâmicas no modo de ocupar e viver a cidade.

Enquanto espaço neutro, frequentado por

todos sem pertencer, realmente, a alguém, o não-lugar é o exemplo perfeito da situação de sobremodernidade. Nele são notórias as três figuras do excesso: a história resume-se à informação veiculada, normalmente, com uma função prática na relação com o espaço; o espaço estreita-se, colocando em grande proximidade física um conjunto de estranhos que, por razões diversas, aí se cruzam e, em função desta proximidade, o indivíduo isola-se, fazendo valer a sua condição de anónimo aceite como natural e, portanto, raras vezes questionada.

A experiência dos não-lugares é diária e constante ao longo da vida. Os serviços que neles se prestam tornam-nos, dificilmente, evitáveis, sendo o seu número proporcional ao nível de desenvolvimento de uma cidade, região ou país. Se, segundo Augé, aquilo que distingue o lugar do não-lugar é a sua natureza identitária, relacional e histórica, todo o espaço que não se defina a partir destes três parâmetros será um não-lugar. Isentos de qualquer, identidade, relação ou história, nos lugares de transição mencionados reina o egoísmo e o carácter utilitarista dos laços como resultado da não-relação, apontada como um dos seus traços principais. Num contexto onde tudo se reconhece pela sua finalidade, a relação do sujeito com o não-lugar é regulada pela informação que nele se veicula – um conjunto de textos, na maioria multimodais, que, como se disse, atuam como “instruções de uso” desse mesmo espaço (Augé, 1992: 121).

A não-relação própria do não-lugar acarreta, pois, consequências ao nível da comunicação, servindo a linguagem propósitos muito específicos nestes espaços: resolver questões práticas, firmar compromissos ou reforçar a adesão ao espaço, são apenas alguns deles.

Na maioria dos casos a relação interpessoal é dispensada, sendo substituída por outras formas de comunicação que não impliquem a ligação direta entre os sujeitos. No interior dos não-lugares, raras são as vezes em que um indivíduo sente necessidade de chegar à fala com alguém, uma vez que toda a informação necessária à utilização do espaço se encontra exposta em suportes visuais. Se a comunicação interpessoal se fica pelos serviços mínimos, dando espaço a linguagens silenciosas – o sorriso e o anuir com a cabeça como respostas recorrentes no não-lugar, por exemplo –, verifica-se que a linguagem icónica torna-se o meio de comunicação dominante nestes espaços de natureza pública.

2. Os não-lugares e as suas instruções

Ao definir o não-lugar como um espaço com finalidades, isto é, como um meio para alcançar os mais variados fins, Augé (1992: 79) chama a atenção para a contratualidade das relações que aí se estabelecem, justificada pela partilha de um mesmo espaço por

um elevado número de pessoas. O argumento da responsabilidade e preocupação com o bem comum parece legitimar um conjunto de práticas contratuais que tornam as ações cada vez mais padronizadas e, por isso, expectáveis, evitando eventuais ameaças e fazendo com que todos utilizem o espaço da mesma maneira. O estabelecimento de uma certa norma na relação com o espaço insere-se num modelo de gestão de expectativas onde, de forma distraída, se vão mantendo sob controlo os frequentadores dos não-lugares, eliminando-se, desta forma, a possibilidade de experimentar a surpresa e a diferença.

Precisamente porque o objetivo é uniformizar os comportamentos, a informação veiculada nestes espaços, mais do que estimular o pensamento e promover a discussão, surge com o intuito prático de orientar os indivíduos, induzindo-lhes determinadas ações. Na emissão das mensagens reina, por isso, a lógica do *visível* e do *legível*, interessando, sobretudo, que a informação seja compreendida de forma rápida e eficaz, num curto espaço de tempo, atendendo à natureza transitória destes locais. Deste modo, a não-relação vigente nos não-lugares, acaba por motivar processos comunicacionais com contornos específicos: mais do que comunicarem entre si, os utentes dos não-lugares seguem à risca um conjunto de ordens que, na realidade, não são mais do que informações relativas aos diferentes meios para alcançar os vários fins dentro desses espaços. Sabendo, portanto, que a informação surtirá mais ou menos efeito, consoante o modo como é enunciada, as indicações ao longo dos não-lugares, quando analisadas, permitem identificar um certo padrão no modo de enunciar a informação em espaços desta natureza e, em última instância, compreendê-los por via das suas práticas comunicacionais.

O vasto conjunto de textos que se observa nos lugares de passagem cumpre o objetivo principal de encaminhar os sujeitos num sentido determinado, recorrendo, para tal, a um tipo de linguagem simples, direta e facilmente reconhecida por um largo número de pessoas. Nestes moldes, os diferentes meios de comunicação – e respetivos modos de enunciação – querem-se o mais universais possível, optando-se, na maioria dos casos, pela multimodalidade, na articulação de diferentes modos de expressar o significado pretendido.

Cada vez mais, um conjunto alargado de mensagens invade estes espaços com o intuito de contrariar a sua natureza transitória e colmatar as principais falhas apontadas ou, simplesmente, em resultado do aparecimento de outras formas de expressão. Sobre este assunto, poder-se-ia falar das mensagens de cariz persuasivo – linguagem publicitária e comunicação

institucional –, mas, também, daquelas com uma função de puro entretenimento – vídeos, música ambiente, por exemplo – ou, ainda, dos *graffiti* como manifestações da *street art*. Contudo, para efeitos do estudo que aqui se propõe, interessa, apenas, contemplar os tipos de mensagem considerados estruturantes dos não-lugares e, por isso, fundamentais na relação com estes espaços. Assim, da análise dos principais não-lugares corrobora-se o pensamento que leva Augé a apontar as mensagens do tipo informativo, prescritivo e proibitivo, como as mais significativas nos lugares transitórios.

Da mesma forma que se apontam os três tipos de mensagem com maior expressão nos não-lugares, identificam-se como seus principais modos de enunciação as vias visual, sonora e táctil. A ordem pela qual se enunciam estes modos não deve parecer aleatória, mas indicativa da sua predominância nos espaços considerados.

Posto isto, averigua-se, de seguida, a incidência, e respetiva função, de cada tipo de mensagem nos não-lugares, com base em exemplos concretos que permitam fazer um diagnóstico das práticas comunicacionais e, conseqüentemente, do tipo de relações que se estabelecem nestes lugares de passagem. Nesta análise, optou-se, no entanto, por não contemplar o registo táctil de cada tipologia por se reconhecer que a riqueza e a especificidade deste tema poderiam desviar a investigação do seu propósito principal.

1.1 Mensagens informativas

As mensagens informativas sugeridas por Augé são aquelas que propõem informação factual e útil sobre os não-lugares e os serviços neles prestados. Na maioria dos casos, são estas mensagens que identificam e descrevem, de um ponto de vista objetivo, os espaços, não propondo, com isso, qualquer tipo de juízo adicional. São, por isso, na sua grande maioria, mensagens curtas e simples, passíveis de uma apreensão rápida e com influência direta no estado de espírito dos utentes. Pela importância do seu conteúdo, as mensagens informativas são aquelas cuja emissão se dá pelas três principais vias já admitidas.

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

A representação icónica permite um reconhecimento imediato pela partilha de um mesmo código e, em função disso, o acesso direto aos fins que motivam a presença dos indivíduos nestes espaços, sem que para isso seja necessário usar legendas ou quaisquer

outros complementos de natureza linguística.

Por outro lado, se se considerarem os vários mapas, plantas ou diagramas de rede de transportes com os quais os indivíduos se cruzam no seu dia a dia, identifica-se um conjunto de outras formas de veicular mensagens informativas pela via visual. O intuito é sempre o mesmo: facultar um conjunto de informações que, pela sua utilidade, poderão facilitar o percurso dos utentes. No caso específico de alguns mapas ou dos diagramas de rede, a informação surge não só pela via esquemática, mas também por via da cor. Basta que se pense nas cores atribuídas às linhas de qualquer metropolitano para se compreender aquilo que se propõe. Como se sabe, esta é uma estratégia generalizada e quando essa atribuição acontece com o único intuito de identificar as várias linhas que compõem a rede do metropolitano em causa, então, a cor é usada com uma função informativa.

Um outro exemplo do uso da cor apenas como informação é o recurso às cores verde e vermelho como indicadores de permissão e interdição, respetivamente. Em qualquer um dos casos em que estas cores sejam utilizadas, é em função do reconhecimento do sistema de valores associado ao sistema de sinais cromáticos que se geram os comportamentos adequados a cada situação. Neste sentido, para-se ou avança-se em função da leitura do vermelho ou do verde, mais do que pelo reconhecimento das formas que podem acompanhar estas cores, por exemplo.

Por último, mas não menos importante, tome-se a escrita, enquanto registo gráfico da língua e, portanto, como uma forma de fixar visualmente esta última. Consideradas essenciais, as mensagens informativas são, de facto, aquelas que mais se servem da linguagem verbal, recorrendo-se, principalmente, a frases do tipo declarativo. Por se julgarem informações pertinentes, estas mensagens fazem-se acompanhar de chamadas de atenção, através das quais se interpelam, diretamente, os utilizadores – “Senhores passageiros [...]” – ou recorrendo-se a palavras e expressões que os mantêm alerta – “Cuidado [...]”, “Atenção!”.

Os suportes são vários e vão desde letreiros luminosos ao longo das autoestradas e em estações de metro e comboio, a placas fixas que identificam os espaços, passando por placares e pósteres com avisos pontuais que não justificam a sua presença permanente ou, ainda, por exemplo, em títulos de transporte e talões de compra.

Há, depois, o modo sonoro das mensagens informativas, que surge associado ao aspeto oral da linguagem verbal, por um lado, e aos diferentes tipos de sons produzidos para comunicar casos específicos, por outro lado. Dada a imprevisibilidade de algumas situações, em casos de necessidade de avisos de

última hora, a via sonora é aquela que, de forma imediata, é acionada para comunicar, pontualmente, tais imprevistos. São exemplos deste tipo de avisos as mensagens que sugerem perturbações num determinado serviço, mas também os anúncios que identificam as estações e paragens dos meios de transporte, bem como a sua ligação a outros meios de transporte e outras informações de caráter geral e descritivo.

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

1.2 Mensagens Prescritivas

As mensagens prescritivas são aquelas que dão conta da faculdade performativa da linguagem, que se traduz na capacidade de determinados enunciados despoletarem um conjunto de ações. Tais ações, por natureza não discursivas, são sugeridas pelos enunciados ou, em outros casos, como mostram as teses de Austin (1962), apenas se concretizam quando são proferidas.

Identificam-se, então, como mensagens prescritivas aquelas que fornecem qualquer tipo de informação com uma série de pressupostos implícitos, isto é, mensagens que medeiam a relação com o espaço sugerindo ações imediatas. Do mesmo modo que as mensagens informativas, as do tipo prescritivo consideram-se pertinentes e, por isso, também estas são emitidas pelas três principais vias.

Visualmente, como se disse, o caráter convencional de alguns ícones dispensa o uso da linguagem verbal. Pense-se, por exemplo, na possibilidade de sinalizar saídas de emergência, apenas pelo recurso ao símbolo reconhecido pela generalidade das pessoas ou, ainda, por via dos respetivos ícones, sugerir que se caminhe pela direita em qualquer um dos sentidos de uma escada rolante e indicar a cedência de lugares reservados a pessoas com algum tipo de deficiência, idosos, grávidas ou acompanhantes de crianças de colo, em filas de supermercados e meios de transporte. Seja qual for o caso, há uma série de ações que se supõem, quase de forma automática, sendo o uso adicional de legendas, mais uma vez, dispensado.

Assumindo a escrita como uma das formas

visuais da língua, nos não-lugares as mensagens prescritivas podem surgir tanto nas legendas e nos complementos da sinalética apontada, sob a forma de conselhos, convites ou maneiras de reforçar a adesão aos locais.

A maioria das frases que compõem este tipo de mensagens cumprem as funções apelativa e expressiva da linguagem, sendo expressas no modo imperativo ou exclamativo.

Em termos prescritivos, o verde e o vermelho mantêm-se como as cores que mais ações despoletam nos não-lugares. Ao mesmo tempo que informam sobre diferentes possibilidades, as cores acabam por prescrever um conjunto de atos que, de forma implícita, se encontram ligados aos sinais cromáticos. São estas as cores que, normalmente, regulam diferentes entradas e saídas, e que se encontram, por isso, com alguma facilidade, nas cancelas do metropolitano, nas portas dos comboios ou como resposta nas máquinas onde se validam os títulos de transporte.

Em termos sonoros, a fala assume o único modo de enunciação das mensagens prescritivas. À semelhança das mensagens informativas, também aqui se verifica uma relação redundante entre as formas oral e escrita das mensagens. Ainda que mudem as construções frásicas, o conteúdo e o sentido finais acabam por ser os mesmos. Na oralidade, mantendo-se a informação essencial, tende-se a complexificar a mensagem.

1.3 Mensagens Proibitivas

Considera-se proibitiva toda a espécie de mensagem cujo desrespeito e incumprimento das ações sugeridas coloque os indivíduos em situação de terem de responder perante a lei. Fazendo valer as soluções previstas na lei, as mensagens proibitivas impõem, de forma expressa, um conjunto de ordens que inibem as ações que fogem ao legalmente estipulado. Ao proibirem umas ações, promovem outras, desta feita sob a forma de restrição ou imposição. Esta tipologia de mensagem enuncia-se, sobretudo, no modo visual e, mais raramente, no modo sonoro.

Assim, mais uma vez, são as formas visuais aquelas que melhor cumprem a função proibitiva da linguagem, mais concretamente, sob a forma de sinalética. São poucos os percursos, nos não-lugares, em que se não verifique qualquer espécie de proibição. Entre os sinais de proibição mais comuns estão aqueles que impedem ações como fumar, fotografar ou filmar, estacionar, entrar ou permanecer num espaço na companhia de animais, utilizar o telemóvel no perfil sonoro ou entrar em determinados compartimentos.

No que diz respeito à escrita, à semelhança do que se disse sobre as mensagens prescritivas, também nas

mensagens proibitivas se utiliza a escrita, em legendas, como reforço das formas icônicas, para que não restem equívocos. Acima de tudo, é pela via gráfica da língua que se lembra o que a lei decreta para cada situação de incumprimento, procurando assegurar a ordem no espaço público pelo constrangimento dos seus utilizadores.

Ainda sobre os modos de comunicação visual, mais do que nunca, faz sentido falar-se da propriedade expressiva da cor. A nível internacional, é o vermelho que impera nas mensagens proibitivas. Tendencialmente, surge associado às ideias de perigo, de atenção, de proibição, e a tudo o que, numa determinada situação, possa significar alguma anormalidade.

Enquanto espaços típicos da globalização, nos não-lugares cruzam-se sujeitos que têm em comum as rotinas agitadas e para quem o tempo constitui um bem precioso. Por tudo o que simboliza neste contexto, o vermelho é a cor menos querida dos utentes dos não-lugares, com a qual esperam não se deparar. Da mesma forma, pelas razões opostas, o verde torna-se a cor mais ansiada.

Finalmente, a respeito do aspeto sonoro das mensagens proibitivas, pouco se pode acrescentar, dada a sua presença diminuta nos não-lugares. A tendência para se fazerem acompanhar de normas legais, talvez seja uma das razões que inviabiliza o modo sonoro das mensagens proibitivas.

Há, todavia, casos em que as proibições aparecem camufladas com o complemento das mensagens informativas, apelando-se, de forma educada, ao bom senso do ouvinte que assume a proibição como um conselho – “Senhoras e Senhores passageiros, informamos que o uso de aparelhos eletrónicos a bordo pode interferir com os instrumentos de voo, pelo que devem ser desligados a partir deste momento [...] só poderá voltar a usar estes equipamentos após a indicação da tripulação. Obrigado.” São as consequências legais resultantes do incumprimento desta sugestão que distinguem esta mensagem proibitiva de qualquer outra de natureza prescritiva ou informativa.

Conclusão

Uma vez analisadas as mensagens que circulam nos não-lugares, um balanço final mostra que os aspetos transitório e não-relacional destes espaços motivam práticas comunicacionais muito distintas, destacando-se a linguagem icônica na emissão da maioria das mensagens. Considerar tais práticas como consequência da globalização seria redutor ou, pelo menos, o argumento mais óbvio nos dias que correm. Na verdade, é a estrutura dos próprios locais que legitima uma comunicação nestes moldes. Como se adiantou, a partilha de um mesmo espaço por um alargado número de pessoas implica algum

tipo de controlo que garanta a previsibilidade dos atos. Esse controlo cumpre-se, sem dificuldades maiores, por via da linguagem, sob a forma dos três tipos de mensagem analisados. Nos seus diferentes modos de enunciação, tanto as mensagens informativas, como as mensagens prescritivas e as mensagens proibitivas têm em comum o facto de despoletarem um conjunto de ações previstas.

Dependendo da forma como os indivíduos se posicionam face aos enunciados e, por conseguinte, reagem, a mesma mensagem pode assumir contornos informativos, prescritivos ou proibitivos. Assim, toda a mensagem prescritiva informa sobre os melhores procedimentos, deixando subentendidas um série de proibições. Do mesmo modo, toda a mensagem proibitiva informa sobre determinados perigos, prescrevendo, explícita ou implicitamente, ações contrárias àquelas que colocariam os sujeitos em risco.

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

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

O levantamento, análise e categorização das mensagens deixaram claro um conjunto de práticas que tendem a reforçar a natureza não-relacional destes espaços. A não-relação resulta em não pertença, o que não deixa de ser curioso dada a centralidade destes espaços na vida de um elevado número de pessoas.

O não-lugar, enquanto espaço público, gera

o sentimento natural de posse. No entanto, durante o seu percurso, o sujeito não consegue evitar a estranheza porque, na realidade, o não-lugar é de todos sem ser, de facto, de alguém. De forma mais ou menos evidente, este facto é lembrado aos utentes do não-lugar pelas mensagens que aqui se analisaram. Ao indicarem as atitudes, normalmente, admitidas em cada ocasião, as mensagens que circulam nos não-lugares circunscrevem a liberdade dos percursos individuais a um conjunto de opções, confirmando, uma vez mais, o aspeto paradoxal dos tempos sobremodernos.

Referências bibliográficas

- Augé, M. (1992). *Non-Lieux – Introduction à une Athropologie de la Surmodernité*. Paris, Éditions du Seuil.
- Augé, M. (1994a). *Le sens des autres- Actualité de l'anthropologie*. Paris, Fayard.
- Austin, J. (1962). *How to do things with words*. Oxford, Oxford University Press.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge, Polity Press
- Deleuze, G. and Guattari, F. (1980). *Capitalisme et Schizophrénie Vol. 2 - Mille Plateaux*. Paris, Les Éditions de Minuit.
- Fórum Social Mundial V. (2005). *Carta Mundial pelo Direito à Cidade*. <http://terradedireitos.org.br/linhas/terra/carta-mundial-pelo-direito-a-cidade/> (acedido a 13 outubro de 2012).
- Giddens, A. (1994). "Living in a Post-Traditional Society." In Beck, U. et al. (ed.), *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Moderns Social Order*. Cambridge, Polity Press, pp. 56-109.
- Lipovetsky, G. and Charles, S. (2004). *Les Temps Hypermodernes*. Paris, Éditions Grasset & Fasquelle.