

A Mobilidade como objecto sociológico

Emília Rodrigues Araújo

Introdução

No primeiro seminário deste II ciclo de Encontros em Sociologia, os objectos de discussão, alicerçados no debate acerca da porosidade de fronteiras entre o público e o privado, foram dois: por um lado, a mobilidade, entendida como uma característica das sociedades modernas e, por outro, a metodologia de análise e de desconstrução da mesma mobilidade em contextos espaço - temporalmente desprovidos de “realidade”.

Neste texto pretendemos apresentar as principais ideias que estão por trás do projecto de criação do paradigma da mobilidade. Tivemos em conta os quadros teóricos apresentados no decurso das pesquisas mencionadas pelos oradores presentes no primeiro ciclo de seminários do ano de 2005/2006. Pretende-se, com efeito, esclarecer os leitores sobre os temas tratados, assim como sobre as metodologias adequadas ao estudo da mobilidade no âmbito da classificação de estilos de vida. Assim, num primeiro ponto, trabalhamos sobre a abrangência teórica das mobilidades centrando-nos na desconstrução das práticas sociais e simbólicas associadas ao uso do automóvel. Num segundo ponto, centramo-nos na descrição e análise da metodologia mais frequentemente utilizada nas pesquisas que têm a mobilidade como objecto.

1. A mobilidade e o objecto fetiche: o automóvel

A mobilidade não é um traço específico dos modos actuais de organização social e política. Contudo, ganha contornos *sui generis* nos tempos recentes porque, moldando-se às próprias transformações económicas e sociais que se verificam no mundo após a década de 90 do século XX, pode ser assumida como *estilo de vida* não apenas de determinados grupos

mas das sociedades inteiras pertencendo, inclusivamente, aos mundos privados dos indivíduos.

Com efeito, a mobilidade enquanto capacidade de deslocação e de ultrapassagem de fronteiras de vários tipos, que distinguem domínios diferentes no espaço e no tempo, surge hoje em dia, como a ponte definida entre o privado e o público, quaisquer que sejam e onde quer que se situem. A mobilidade não é somente a deslocação e a transacção, implica a consciência sobre a capacidade de o fazer, daí que seja entendida como peculiar nas sociedades modernas porque estas são tecnológicas e porque estas facilitam o alargamento do leque de possibilidades de mobilidade oferecendo uma panóplia alargada de instrumentos e de objectos cuja principal função é garantir ao sujeito a possibilidade de se manter, em simultâneo, no espaço-tempo privado e no espaço tempo-público.

Um dos objectos preferidos no estudo das mobilidades tem um papel central na história da Humanidade a todos os níveis de análise: o automóvel. Ícone da inteligência técnica, da eficácia organizacional e da capacidade de adaptação do Homem ao meio, o automóvel desperta uma ampla gama de análises da Economia e da Sociologia à Arte, ao Cinema e à Literatura. Nas sociedades ocidentais, o automóvel sempre foi muito mais do que um objecto que permite, na sua definição pura, a deslocação no espaço, reduzindo o dispêndio de tempo.

John Urry (2002; 2004) e vários outros investigadores concebem o automóvel como uma forma de habitação e objecto de culto-quase santuário, um espaço *sexualizado* (Urry, 2002:7). Utilizando a expressão “Homem-mutante”, Mimi Scheller (2003) concorda com a ideia de que o automóvel é o espaço privado que permite ao seu dono extrair dele valor social. Considerando que há carros que simbolizam até a identidade nacional, Edensor (2004) dissecou a simbologia ligada à marca *Rolls Royce*. Bull (2004) analisa, de fio a pavio, as interações entre sujeito – automóvel e explica as sensações de libertação que o carro despoleta pelo facto de este espaço permitir uma relação forte entre velocidade e som, produzindo-se a sensação de habitar noutra realidade.

O automóvel, ou carro, numa linguagem mais popular, sempre competiu com a casa, isto é, com a habitação, tendo esta sido concebida atribuindo ao próprio carro um espaço exclusivo. Essa competição nota-se particularmente nos consumos dos indivíduos e das famílias e nas decisões associadas a estes. Além dos estudos sobre os quadros de representação dos emigrantes (Gonçalves, 1996), convém atender ao facto de os sociólogos recordarem várias vezes que um dos principais sinais de melhoria das condições de vida

dos portugueses é a renovação do parque automóvel, e, mais do que isso, acrescente necessidade de os cidadãos adquirirem um automóvel antes de qualquer outro bem.

Apesar das vias de mudança actuais, em que o automóvel sinaliza, mais do que nenhum outro objecto, a independência e a liberdade das mulheres face à tradição, à família e ao homem, este compete decididamente nas relações de género colocando-se, no limite máximo da dominação masculina, em confronto com a mulher. O automóvel, estendendo o poder do homem, posiciona-se acima da mulher: mais fiel, manobrável, estável, e, sobretudo, mais cooperante com os seus desejos e objectivos. Os automóveis concebem-se segundo os esquemas de percepção, expectativas e referenciais de vida que se conhecem da parte dos vários segmentos da população: é um dos protagonistas no jogo social das identidades (sociais e individuais). Por paradoxal que pareça, ao ser um dos produtos sobre o qual assenta a economia moderna, acaba por, em simultâneo, actuar tanto na produção e instituição de novos valores acerca dos estilos e modos de vida dos indivíduos, como na sua mera reprodução. É que, adquirindo o estatuto de “discurso andante”, a sua venda depende do encontro entre propósitos de mercado e características objectivas e culturais dos potenciais clientes. Grande parte das vezes, este encaixe faz-se no sentido mais literal do termo: aos homens vende-se potência, atracção e virilidade; às mulheres propõe-se autonomia, facilidade de estacionamento e simplicidade; às famílias fala-se de espaço e de capacidade de organização; aos gestores sugere-se poder e imagem e muito mais.

Assume-se, actualmente, que não existimos enquanto pessoas se não existirmos com os objectos e a tecnologia. No sentido figurado, apelidamo-nos de *cyborgs*. Isso faz sentido mesmo quando se fala de automóvel precisamente porque não é um espaço público mas também não é o espaço só privado. Em público, diz tanto de um indivíduo em particular (sexo, idade, estado civil, expectativas de vida, organização, disponibilidade) como do grupo social a que pertence (nível de rendimentos, actividade profissional). No espaço privado serve tanto para resguardar o indivíduo do mundo exterior e permitir-lhe um elevado grau de personalização, como para interagir com os outros, incorporando música, televisão, telemóvel, computador e outros. É sempre uma extensão de nós e dos nossos modelos de percepção da realidade, assim como dos nossos referenciais simbólicos e imaginários, sendo sempre um meio de deslocação. Ao permitir a deslocação, faculta a mobilidade e esta é, igualmente, em simultâneo, privada e pública.

Como afirmamos, o automóvel concorre com a casa, sendo, no limite, uma forma de habitação, um espaço que oferece em miniatura, mas consistentemente, as protecções e o conforto da casa, qualquer que este seja. Sem mencionar que, às vezes, para determinadas

faixas da sociedade, é a sua única casa, o automóvel fecha o indivíduo ao mundo e, dependendo do seu *design* e composição, oferece mesmo muitas outras possibilidades que, normalmente, a casa não sugere ou permite. Tudo isto não passaria de uma questão de *marketing* se este não estivesse tão intimamente ligado às características sociológicas dos indivíduos que idealizam, comparam, adquirem e usam um automóvel. Com efeito, trata-se de enquadrar o automóvel e as possibilidades de mobilidade que este oferece no âmbito de um *estilo de vida*, isto é, de um conjunto articulado de práticas e de representações que define o modo de estar dos indivíduos em sociedade. A posse do automóvel descreve, à partida, um conjunto de possibilidades para a composição e definição de um estilo de vida mas as suas características materiais e a semântica associada definem, de facto, um *estilo de vida*, ainda que neste (nas suas características materiais e simbólicas) se notem discrepâncias entre as condições objectivas de vida e a capacidade para concretizar os referenciais culturais e simbólicos.

A focagem sobre a mobilidade e sobre um dos seus principais motores, o automóvel, rebenta com uma linha de argumentação que, centrando-se no crescente uso de tecnologias de informação e de comunicação à distância, tem vindo a sustentar a redução das mobilidades das pessoas. Fragiliza, ainda, o argumento de que a consciência ambiental e as medidas legislativas relacionadas com a protecção ambiental serão eixos de incentivo à não utilização do automóvel. Através da análise de estatísticas e da focalização da atenção sobre os modos de relacionamento entre pessoas e automóvel, sustenta-se, pelo contrário, que há do ponto de vista global, um reforço do uso do automóvel, em parte explicado, até, pela necessidade que os indivíduos sentem de se protegerem contra o risco (terrorismo, doenças, vírus) potencialmente favorecido pelos meios de transporte públicos. Ademais, o automóvel representa a possibilidade de o indivíduo dispor do tempo de forma autónoma, podendo reforçar a sua eficácia através do uso daquela máquina. As manifestações dessa individualidade acontecem durante o tempo de trabalho, mas revelam-se de forma mais nítida nos espaços e tempos de lazer, particularmente no tempo de turismo.

O automóvel facilita a experiência do tempo de turismo como um tempo de ruptura com a rotina temporal e espacial do dia-a-dia e, em simultâneo, como um tempo semelhante porque, no espaço do automóvel, se podem acomodar diversos bens e produtos usados diariamente. Em Portugal, por exemplo, verifica-se, que no segundo trimestre de 2005, as pessoas fizeram turismo viajando por motivos vários, entre os quais os mais importantes foram o lazer, recreio e férias e a visita a familiares e amigos. O maior

número de viagem foi realizado em Portugal e resultou, na maior parte, na utilização do automóvel como principal meio de deslocação¹.

A análise e o debate destas questões teóricas situadas no âmbito da problematização da sociedade da mobilidade valem por si sós como campo de objecto sociológico. O que interessa é perceber como se realizam as mobilidades “reais” que exigem *co-presença* e contactos entre actores e através de que dimensões é possível estudar um tipo de relação entre Homem e tecnologia (máquina) em que esta se assume como o próprio espaço-tempo de mediação entre interior e exterior, privado e público, subjectivo e objectivo. Deste ponto de vista, justifica-se que as análises sejam rodeadas de inspirações em autores como Max Weber (1992) e Georg Simmel (1987). O primeiro porque, além de ter apresentado um quadro de análise para a sociedade capitalista, reivindicou para a sociologia a necessidade de incorporar os sentidos que os actores atribuem às acções. O segundo porque, num quadro de análise semelhante, atribui ao estilo o sentido de capacidade de o indivíduo, face à normalização proposta pela economia de mercado, compor, com base no seu mundo subjectivo, uma forma peculiar e pessoal de se relacionar com a cultura objectiva sem, contudo, ser aniquilado. Por razões similares, explica-se a utilização dos enquadramentos de Norbert Elias muito especialmente no que respeita ao conceito de individualização (Elias, 1991). O mesmo acontece em relação a Michel Foucault (1984) por via da definição de heterotopias, isto é, de espaços que operam um corte significativo com os locais reais, provocando nos indivíduos a impressão de que, momentaneamente, vivem noutro espaço e podem assumir outros papéis.

2. Especificidade metodológica

A pesquisa sobre as mobilidades parte do pressuposto de que é possível legitimar-se um paradigma de estudo designado, justamente, por “paradigma da mobilidade”. Para percebê-lo, será necessário, em primeiro lugar, entender que tem origem no Reino Unido, designadamente numa universidade, a Universidade de Lancaster, conhecida pela longa tradição nos usos das metodologias de tipo qualitativo, com especial incidência na Etnografia do espaço e do tempo. Tal implica, portanto, algum cuidado no estabelecimento de comparações, já que o quadro espacial e social de análise se refere a uma realidade

¹ Instituto Nacional de Estatísticas, *Informação à comunicação social*, 28 de Setembro de 2005 (www.ine.pt)

distinta da portuguesa. Em segundo lugar, é necessário salientar que se trata de uma aposta deliberada numa área cuja análise estava inicialmente circunscrita à Geografia, por um lado, e à Economia, por outro, principalmente no que se refere ao consumo e à segmentação de mercado.

O leque de estudos realizados no âmbito das mobilidades abrange a mobilidade física, aquela que se despoleta na deslocação de um espaço para outro, e a virtual, que decorre num tempo (quase) instantâneo. Donde a definição de espaço e tempo público e espaço e tempo privado ser tão importante, não se chegando a trabalhar o sentido da mobilidade social ou do capital social. O que importa neste nicho de investigação, que tem um objectivo concreto de imposição no campo científico e académico, é a dissecação das formas de habitar o espaço e de ocupar o tempo que pertencem à acção de mobilidade. Os comportamentos dos indivíduos nos meios de transporte públicos são um exemplo de objecto de estudo. Interessa, por exemplo, estudar como as pessoas ocupam o comboio, usam o telemóvel neste mesmo espaço, dispõem ou não de computador, comem e conversam no mesmo meio de transporte. O uso do telemóvel coloca logo questões que se prendem com a definição do público e do privado, sobretudo quando se trata de espaços cosmopolitas onde se encontram diversas línguas. A comparação entre os meios sociais que se definem num comboio de alta velocidade e num suburbano constitui, ainda, outro foco de análise. Procedimentos semelhantes decorrem de investigações de espaços como aeroportos, centros comerciais e outros. A metodologia mais utilizada é de tipo qualitativo sendo usadas grelhas de registo de informação propostas no âmbito da etnografia.

Os investigadores mais ligados a este paradigma distinguem, neste âmbito, modos de abordagem metodológica como a observação das deslocações, ou seja, a etnografia móvel, assim como os diários espaciais e temporais preenchidos tanto pelos próprios investigadores, como pelas pessoas em estudo. Apesar de estar sempre prevista a análise de dados estatísticos de modo a classificar padrões de mobilidade, tanto a nível local como nacional ou internacional, privilegia-se o uso de técnicas que permitam chegar à experiência associada à deslocação, à viagem, à mobilidade, a fim de serem extraídas conclusões acerca de estratégias usadas pelos actores no sentido de aproveitar o tempo da viagem e de combater a eventual sensação de que o tempo passa lentamente. Tudo se passa no pressuposto de que, apesar de a maior parte dos tempos e dos espaços relativos à mobilidade ser de tipo heterotópico, isto é, espaços e tempos não absolutamente reais, ela é habitada por memórias e, portanto, é continuamente refeita no dia-a-dia. Por isso, a mobilidade invoca espaços e tempos privilegiados para a interacção entre desconhecidos,

para a partilha de segredos e, nessa medida, remete, invariavelmente, para os enquadramentos de Georg Simmel sobre a figura do “estrangeiro”, cuja forma de interacção é exposta pelo autor da seguinte forma: “a unificação de proximidade e distância envolvida em toda a relação humana organiza-se, no fenómeno do estrangeiro, de um modo que pode ser formulado da maneira mais sucinta dizendo-se que, nesta relação, a distância significa que ele, que está próximo, está distante e a condição do estrangeiro é naturalmente uma relação muito positiva: é uma forma específica de interacção” (Simmel, 1983:182-183).

Observamos que o estudo da mobilidade segundo a vertente sociológica só é possível se nele forem integrados conceitos centrais em Sociologia como o de desigualdade social, de domínio e de poder. Apesar de ser dado privilégio às abordagens fenomenológica e micro-sociológica, há a necessidade de situar cada estudo à escala macro-global. Esta “situação”, embora possa ser radicalizada a partir de um discurso crítico mais centrado na linha das teorias do conflito de ascendência marxista ou a partir de um discurso assente nas teorias do consenso alinhavadas num pressuposto tendencialmente funcionalista e mais conservador do que o anterior, implica sempre a ligação entre a mobilidade e as transformações nas concepções de espaço e de tempo verificadas a partir do século XVIII. Por isso, a mobilidade aparece ligada ao conceito de “circulação” (de pessoas, bens, serviços e moeda ou capital) e uma característica principal da circulação é ser dinâmica e não previsível. Desse modo, oferece uma panóplia de riscos e incertezas para os indivíduos e para as sociedades muito mais concretamente na actualidade em que essa circulação não implica, necessariamente, contacto pessoal e encontros de co-presença. Acontece, assim, que a vigilância e os modos de interacção dos indivíduos com esta seja, igualmente, um objecto de estudo nesta gama de pesquisas sobre a mobilidade, pois os espaços e os locais de grande mobilidade tornam-se cada vez mais vigiados, sendo de extrema riqueza perceber como a acção dos indivíduos é ou não constrangida pela percepção da vigilância sobre si e sobre os outros (Cetina, 2005; Urry:2005).

Nota final

Como nota final, gostaríamos de acrescentar que a teorização acerca da mobilidade e, neste aspecto muito particular em relação ao uso e representação do automóvel, não exclui, de nenhuma forma, análises de tipo mais estrutural que enquadram as práticas dos actores no seio de um conjunto de possibilidades definidas pelas condições objectivas de

vida. Basta que pensemos sobre a devastação do furacão *katrina* nos Estados Unidos para perceber que a mobilidade, traduzida na posse e no acesso ao automóvel, não foi uma possibilidade real para todos os cidadãos que lhe quisessem escapar. Com efeito, todas as hipóteses implícitas no que foi dito anteriormente variam e alteram-se conforme os lugares ocupados pelos indivíduos na estrutura social e de acordo com a sua vulnerabilidade a processos de exclusão e ou de discriminação social.

De todo o modo, o que está em causa é aprofundar os conhecimentos sobre os vários tipos de mobilidade existentes, assim como sobre o perfil dos indivíduos implicados até ao ponto de ser possível detectar padrões e de avançar hipóteses de intervenção sobre a organização espaço-temporal das sociedades. Ao tentar-se descobrir os espaços limiares de confronto entre público e privado nas sociedades atravessadas pelo poder da tecnologia não se recusa as perspectivas de análise estrutural, nem se pretende fornecer uma classificação global e holista. Trata-se, principalmente, de direccionar a investigação num sentido mais experiencial e fenomenológico, descortinando-se estereótipos, valores e outras representações que estão por trás tanto da concepção dos objectos que povoam as dinâmicas da mobilidade, como dos indivíduos que os usam. Trata-se de olhar para os objectos, como o automóvel, como lugares de catarse individual, que, embora fechados ao mundo exterior, são capazes de propor ao condutor esperança e optimismo por determinados períodos de tempo.

Referências

- BAUDRILLARD, Jean (1991) *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70
- BULL, Michael (2004) “Automobility and the power of sound”, *Theory, culture and society*, 21 (4/5):243-259.
- CETINA, Karin Knorr (2005) “Complex Global Microstructures: The New Terrorist Societies”, *Theory Culture Society*: 213 - 234.
- EDENSOR, Tim (2004) “Automobility and national identity – representation, geography and driving practice”, *Theory, culture and society*, 21(4/5):101-120
- ELIAS, N. (1991) *La société des individus*. Paris : Fayard.
- FEATHERSTONE, Mike, THRIFT, Nigel e URRY, John (ed.) (2005) *Automobilities*. London: Sage
- FOUCAULT, M. (1984) “Of Other Spaces, Heterotopias”, in *Architecture /Mouvement/ Continuité*.
- Disponível:
<http://foucault.info/documents/heteroTopia/foucault.heteroTopia.en.html> [2004, Setembro, 10]
- GONÇALVES, Albertino (1996) *Imagens e clivagens*. Porto: Afrontamento

- SCHELLER, Mimi e URRY, John (2003) "Mobile transformations of "Public" and "Private" Life", *Theory, culture and society*, 20(3):107-125
- SHELLER, Mimi (2003) "Automotive emotions", *Theory culture and society* 21 (4/5):221-242
- SIMMEL, Georg (1983) "O estrangeiro" in Evaristo Morais Filho, *Simmel-Sociologia*, São Paulo: Ática. 182-188
- SIMMEL, G. (1987/1900) *Philosophie de l'argent*. Paris : Presses Universitaires de France.
- URRY, John (2002) "Inhabiting the car". *Theory, culture an society*, 21 (4/5): 25-39
- URRY, John (2004) The system of automobility, *Theory Culture Society*, ; 21: 25-39
- URRY, John (2005) "The Complexities of the Global" , *Theory, culture an society*, 22: 235 - 254
- WEBER, Max (1992) *Economia y Sociedad*. Madrid: Economica.